HOCHSCHULE PFORZHEIM

KONTUREN 2005

DIE HOCHSCHULZEITSCHRIFT

Starten wie ein Fortgeschrittener.

Wie Ingenieure und Wirtschaftswissenschaftler erfolgreich in den Beruf einsteigen.

Wenn Sie als Ingenieur oder Wirtschaftswissenschaftler Ihre Karriere starten, können Sie von Anfang an auf unsere Kompetenz zählen. So stellen wir mit MLP-Seminaren zum Berufsstart und Career Services wie z.B. Gehaltspanels, Company Profiles und Assessmentcenter-Pools Ihre beruflichen Weichen schon von Beginn an auf Erfolg. Und begleiten Sie danach mit maßgeschneiderten Finanzlösungen durch Ihr Leben.
Rufen Sie uns an.

MLP Finanzdienstleistungen AG
Geschäftsstelle Pforzheim II, Habermehlstraße 19
75172 Pforzheim, Telefon (07231) 14294-90
E-Mail: pforzheim2@mlp.de
www.mlp.de

MLP
Private Finance

Verehrte Leserin, verehrter Leser,

das Thema Bildung rückt wieder mehr in die Schlagzeilen, wenn diese uns auch nicht immer optimistisch stimmen. Den öffentlichen Haushalt der Hochschulen zurückzufahren und stattdessen zweckoptimistisch Studiengebühren zu erheben in einer noch viel zu unausgewogenen Weise, lässt Formulierungen der neuen Wertigkeit von Bildung und der perspektivisch steigenden Studierendenzahlen, des insgesamt steigenden Bildungsniveaus als Lippenbekenntnisse erscheinen. Dennoch gibt uns diese Diskussion Gelegenheit, unsere eigentliche Aufgabe, wie wir sie sehen, zu kommunizieren, und auf die nach wie vor wesentliche Stellung der Hochschulen in unserer Gesellschaft immer wieder hinzuweisen. Trotz des zunehmenden Anspruchs wirtschaftlichen Umgangs mit den Finanzmitteln müssen wir uns gegen eine entsprechende Veränderung unseres Denkens, unseres Selbstverständnisses wehren. Hochschulen müssen nach wie vor Orte sein, wo junge Menschen ihre Persönlichkeit ausbilden können, d.h. ihre Talente finden und ausbauen können, und dies auch, wenn sie nun eben nicht nur marktkonform sind. Denken Sie an all die großen Namen, die aus den Hochschulen gekommen sind, und stellen Sie sich dabei die Marktorientierung des Denkens von Galileo Galilei bis Heinrich Hertz vor…

Natürlich ist es nicht unser Ziel, lauter (wenn auch nur zunächst) verkannte Genies zu produzieren, aber gerade eine Gesellschaft in der Krise braucht neue Ideen, braucht Querdenker, und wo sonst können Wege gegangen werden, die noch keine sind, wenn nicht an den Hochschulen?!

Ich würde mich freuen, wenn Sie in dieser Ihnen vorliegenden Publikation, unseren Konturen, ein wenig von diesem Esprit verspüren würden, und vielleicht auch Lust bekämen, sich näher mit Hochschule, mit unserer Hochschule in Pforzheim zu befassen, und ich wünsche Ihnen in diesem Sinne viel Vergnügen bei der Lektüre.

Schließlich ist es mir ein Anliegen, all denen zu danken, die bei der Entstehung der Konturen 2005 mitgewirkt haben. Mein ganz besonderer Dank gilt Frau Professorin Dr. Christa Wehner, unter deren Leitung die vorliegende Ausgabe entstand. Dagmar Staud und Franziska Körte sowie allen Autorinnen und Autoren danke ich ebenfalls herzlich für ihren Einsatz.

Professor Dr.- Ing. Ralph Schieschke
Rektor

EDITORIAL 3

INHALT 4

HOCHSCHULE UND ÖFFENTLICHKEIT

Lust auch auf sportliche Leistung – von Wolfgang Hohl 8
Auf dem ‚Camino de la Paz' –
von Rolf Constantin, Frank Lindeck, Roland Wahl und Friedrich-Wilhelm Wehmeyer 10
Studium Generale: Wettbewerbsvorteil im Bologna-Prozess – von Barbara Burkhardt-Reich 20
Wissenswertes über das Fachstudium hinaus –
von Tanja Hasselmann, Natascha Oechsler und Uta Weber 26
Programm Studium Generale im Wintersemester 2005 28
Interdisziplinäre Managementforschung – von Claudia Gerstenmaier 29
Erste Hochschulstiftung gegründet 30
Wellness-Marketing im Schwarzwald – von Robertine Koch und Carmen Schuster 32
„Kult und Kommerz gehören zusammen" – von Manuela Geier 34
Fashionevent Avantgarde – von Gerda Maria Ott 36
Contemporary Fashion Archive – von Andreas Bergbaur 37
Wichtigste Design-Preise gehen nach Pforzheim – von Claudia Gerstenmaier 40
Ausgezeichnete Arbeiten im Bereich Schmuck und Gerät –
von Claudia Gerstenmaier 42
Milka, DIE B-MANNSCHAFT und das Wunder von Bremen –
von Slave Hasinovic und Patrick Dittes 44
Die Zukunft des Mittelstandes im globalen Wettbewerb – von Joachim Paul 46
Unternehmerische Handlungskompetenz stärken – von Barbara Burkhardt-Reich 48
Konsolidierung auf hohem Niveau – von Barbara Burkhardt-Reich 50

AUS FORSCHUNG UND LEHRE

1,4 Milliarden täglicher Ärgernisse –
von Stephan Thesmann, Marcus Rubenschuh und Martin Schurr 54
Öko-Effizienz oder Sustainable Value Added – von Mario Schmidt 62
Von der Website zum Markeninterface – von Wolfgang Henseler 66
Das Illu-Buch – von Hajo Sommer 70
CONCEPT G – Die Zukunft des Golf – von Claudia Gerstenmaier 72
DAAD fördert Gastprofessur – von Klaus Möller 74
Tradition und Moderne einer anderen Welt – von Ingrid Loschek 78
Bestätigung für ein Pionierprojekt – von Armin Pfannenschwarz 80

19 Meilensteine – von Daniela Höll **81**
„Originelle und konstruktive Vorschläge“ – von Hans-Georg Köglmayr und Bianca Höger **82**
Wirtschaftsingenieure im Waldkindergarten –
von Alfred Schätter, Bianca Höger, Boris Bickel und Marcel Schuster **84**
„Erstklassige“ Studienbedingungen – von Uwe Dittmann, Guy Fournier und Bianca Höger **85**
Kommunikations-Plattform im Internet erarbeitet – von Michael Felleisen **86**
„Making HRM work“ – von Tanja Hasselmann **88**
Cross Cultural Management – von Boris Bickel, Daniel Fies und Marcel Schuster **90**
Strukturierung des Prozesses „Packaging Unit“ – von Anke Elser **94**
Mit einem Startkapital von 6842 Talern – von Michael Felleisen **96**
Veröffentlichungen **99**

EXKURSIONEN

Dem Traumwagen näher gekommen – von Daniel Feucht und Steffen Bauer **104**
Eine interessante Woche in Krakau –
von Daniel Jankovic, Denis Etzel und Tony Polakel **106**
Nicht immer „just in time“ – von Daniela Höll **109**
Beim „Heurigen“, auf Sissis Spuren und im Burgtheater –
von Tatjana Seeger und Dorothea Reichert **112**
Detaillierte Einblicke in die PR-Evaluation – von Paul G. Maciejewski **116**
Abenteuer auf der grünen Insel –
von Stefanie Mauthe, Steffen Armingeon und Werner Burkard **118**
Highlight im Norden – von Matthias Heimburger und Thordis Geiger **122**
Internationale Politik und Wirtschaft – von Isabell Martin, Nina Vogler, Katrin Kilian **125**

STUDENTISCHE INITIATIVEN

Lust auf zeitgenössischen Schmuck? – von Claudia Stebler **126**
Karriere- und Kontaktplattform – von Susanne Fauth **128**
Jedem Gaststudenten seinen Zwilling – von Katja Kramer und Silke Köhler **130**
Kommunikation für den Non Profit-Bereich – von Steffen Heil **131**
Schritte in Richtung Traumberuf – von Sonja Kehrer **132**
Gone with the wind – von Charlotte Siegel und Daniel Tenzer **134**
Impressionen aus einer ganz anderen Welt – von Anne Schönstein **138**
„Eine meiner besten Entscheidungen“ – von Marco Bendel **142**
„Saudade“, „amanha“-Zeit und interkulturelle Selbsterfahrung – von Sven Weiche **144**
Knigge im Ausland – von Karin Bleiziffer, Nicole Dentler und Nina Schneider **148**
HR-Net Pforzheim – von Brigitte Burkart **150**

PROFESSORINNEN UND PROFESSOREN

Berufungen

Kein einsames Programmieren – Prof. Dr. rer. nat. Richard Alznauer 152
Passion – Prof. Dr. Michael Paetsch 153
Ist Unternehmertum lehrbar? – Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz 154
Vom Wert, in Strukturen zu denken und genau hinzuschauen – Prof. Dr. Ralph Schmitt 155
Viel mehr als „Zahlen und Zeichen im Kopf“ – Prof. Dr. Katja Specht 156
Professorin Dr. Katja Specht für ihre Habilitation ausgezeichnet 157
Nebenberuf wird Hauptberuf – Prof. Dr. rer. soc. oec. Patrick Spohn 158
Den Spagat aushalten – Prof. Michael Throm 159
Lebst du noch oder träumst Du schon? – Prof. Dr. habil. Jörg Tropp 160
Aus Spaß am Lernen – Prof. Dr. Kirsten Wüst 161

Verabschiedungen

Kreative und intellektuelle Auseinandersetzung mit Schmuck – Prof. Johanna Dahm 162
Außergewöhnliche Begabung und Weitsicht – Prof. Uwe Lohrer 164
Polyglott und polychron – Prof. Dr. Hiltrud Schober 165
Statt einer Laudatio – Prof. Alf Steinhuber 166
Die Hochschule in herausragender Weise mitgestaltet – Prof. Dr. Uli Wagner 168

PRESSESPIEGEL 172

IMPRESSUM 194

Sigrid Kafka: Formwald.
Betreuerin: Professorin Gerda Maria Ott. *Foto: Harald Koch*

Lust auch auf sportliche Leistung

136 Teilnehmer der Hochschule waren beim diesjährigen Citylauf am Start

von Wolfgang Hohl

Laufen ist Kult, auch in Deutschland. Marathonläufe, Halbmarathonläufe und 10 km-Läufe schießen wie Pilze aus dem Boden. Jede Stadt, die etwas auf sich hält, veranstaltet einen Lauf-Event – Pforzheim macht dies auch schon lange. Vereine, Krankenkassen und clevere Geschäftsleute entdecken die offensichtlich bewegungshungrige Bevölkerung als neue Zielgruppe und starten Aktionen „von 0 auf 42“. Gemeint ist das Bewältigen eines Marathons, ohne bisher groß als Läufer in Erscheinung getreten zu sein.

Von „0 auf 42“ war nicht das Motto der Hochschule, das vielmehr lautete: „von 0 auf 100“. Gemeint war nicht ein Ultralauf von 100 km, sondern 100 Teilnehmer beim Pforzheimer Citylauf 2005 zum Fun Run an den Start zu bekommen. Ein Ziel war dabei, die Hochschule stärker in das Bewusstsein der Stadt und ihrer Bürger zu rücken, um zu zeigen, wie intensiv Studierende und Mitarbeiter am Leben in der Stadt teilnehmen. Wenige Tage vor den Klausuren mindestens 100 Studenten zum Mitlaufen zu bewegen, war eine ziemliche Herausforderung und wurde von manch einem belächelt. Beim Start zum ersten gemeinsamen Training waren auch nur 10 Teilnehmer dabei.

Vom AStA wird seit langer Zeit ein Joggingabend angeboten, der sich wechselnder Beliebtheit erfreut. Die Obfrau Jogging, die Studierende Sylvia Keck, war schnell für die Idee der Teilnahme am Citylauf gewonnen. Es sollte das erste Mal sein, dass sich die Hochschule bei einem sportlichen Großereignis in Pforzheim präsentiert. Beim ersten gemeinsamen Training wurden die Fragen gestellt: „wer übernimmt das Startgeld?“ (immerhin 10 Euro) und „wo kommen die Laufshirts her und wer trägt die Kosten?“.

Über die von der Pforzheimer Kongress Marketing (PKM) zur Verfügung gestellten Ankündigungen des Citylaufs 2005 wurde hochschulweit an geeigneten Stellen für den Citylauf geworben. Darüber hinaus informierte der AStA durch e-Mails die Studierenden, und der Personalrat der Hochschule machte über das gleiche Medium die Mitarbeiter der Hochschule auf das Lauf-Event aufmerksam. Zusätzlich zum studentisch geprägten Lauftraining montags wurde donnerstags ein weiteres Lauftraining für Studierende, Professoren und Mitarbeiter angeboten.

Beide Laufveranstaltungen hatten von Beginn an eines gemeinsam: es kamen nur wenige Teilnehmer zu den wöchentlich stattfindenden Trainingseinheiten. Aber von vielen sickerte die Botschaft durch: „Wir trainieren an unserem Heimatort und wollen am Citylauf teilnehmen!“

Mit am Start war auch die Hochschulleitung: Verwaltungsdirektor Wolfgang Hohl, der Prorektor für Öffentlichkeitsarbeit und Internationalisierung, Professor Matthias Kohlmann, und der Rektor, Prof. Dr. Ralph Schieschke.

Der schnellste Läufer studiert an der Hochschule Pforzheim: Stefan Faiß brauchte für die 4,2 km-Strecke nur 15,03 Minuten.

Alle Fotos: Claudia Gerstenmaier

Stark vertreten beim Citylauf: Studierende, Mitarbeiter und Professoren der Hochschule.

Durch glückliche Umstände konnte die Pforzheimer Zeitung als Sponsor für die Laufshirts gewonnen werden. Der Förderverein der Hochschule erklärte sich bereit, die Startgelder für die Studenten zu übernehmen. Durch diese großzügige Unterstützung war eine hervorragende Basis für eine Teilnahme am Citylauf geschaffen. Dies wurde den Mitgliedern der Hochschule auf verschiedenen Wegen kommuniziert. Zusätzlich wurde damit geworben, dass jeder Teilnehmer ein persönliches Laufshirt, versehen mit seinem Vornamen, erhält. Was niemand für möglich gehalten hätte, wurde übertroffen. Von „0 auf 100“ war kein Thema mehr, die Frage war nur, wie viel über 100? Beim Pressegespräch konnte die Hochschule mitteilen, dass 136 Anmeldungen vorlagen. Über Steiners Laufladen konnten vom Sportartikelhersteller Kelme, besser bekannt durch den Radrennsport, passende Funktionsshirts erworben werden, die die Studierenden „echt cool“ fanden.

„Cool“ war auch notwendig, weil am Tag des Citylaufes Temperaturen herrschten, die eher den Bedingungen bei einer Wüstendurchquerung entsprachen als denen eines Citylaufes in gemäßigten Breiten. Eine Stunde vor dem Start wurden die Laufshirts ausgegeben, und es war schon ein beeindruckendes Bild, als so nach und nach am Marktplatz immer mehr blau gekleidete Läuferinnen und Läufer erschienen. Die Hochschule war präsent. Schon vor dem Start war klar, die Hochschule befindet sich unter den Siegern. Eine solche Teilnehmerzahl hätte niemand für möglich gehalten. Sieger war jeder, der die 4,2 km lange Strecke zu Ende gelaufen ist, weil die Temperaturen in der sonnendurchfluteten Innenstadt teilweise die 40°-Marke tangierten, wenn nicht gar überschritten. Es war angenehm, die im Schatten liegende Leopoldstraße hochzulaufen. Neben den vielen Siegern stellte die Hochschule auch den sportlichen Gewinner, Stefan Faiß, der als schnellster die Strecke in 15:03 min zurückgelegt hatte, aber auch sonst gab es hervorragende Platzierungen. Die Läuferinnen und Läufer wurden von zahlreichen Schlachtenbummlern angefeuert.

Ein populärer deutscher Bundestrainer sagte vor vielen Jahren: „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“. Dies trifft genauso auf den Citylauf zu. Nach dem Lauf ist vor dem Lauf – und so werden schon jetzt die ersten Gedanken zusammengetragen, um die Hochschule beim Citylauf 2006 in noch besserer Form zu präsentieren und insbesondere nach dem Lauf noch ein gemeinsames Grillfest zu organisieren. Die Frage bleibt: wer sponsert 2006 die Startgelder und wer steht für die Laufshirts ein?

Der Autor
Wolfgang Hohl gehört als Verwaltungsdirektor dem Rektorat der Hochschule an. In seiner Freizeit engagiert er sich ehrenamtlich für den Sport, ist seit 15 Jahren Stützpunkttrainer Lauf in Mittelbaden und betreut erfolgreiche deutsche Läufer.

Auf dem ‚Camino de la Paz'

Zahlreiche Hochschulangehörige bei der Friedenswanderung nach Gernika

von Rolf Constantin, Frank Lindeck, Roland Wahl und Friedrich-Wilhelm Wehmeyer

Im Sommer 2004 trifft folgende Anfrage der Stadt bei mir, dem Hochschulsportbeauftragten, ein: Extremsportler gesucht für ein Großereignis – eine Wanderung von Pforzheim nach Gernika im Baskenland, vom 23. Februar bis zum 26. April 2005: 2000 Kilometer in 63 Tagen – genau 9 Wochen.

Mir erscheint das als ein ziemlich aussichtsloses Unterfangen, und die Anfrage bei den Studenten des U/AStA bestätigt meine Einschätzung: Keine Chance, Begeisterte zu finden, die ein ganzes Semester für eine solche Aktion ausfallen lassen.

Trotzdem gehe ich zu einer Vorbesprechung Anfang Juli 2004 ins Rathaus. Da sitzen die eingeladenen Wanderexperten von Schwarzwaldverein, Alpenverein, Naturfreundeverein und sprechen berechtigterweise warnende Worte aus: Ohne ein begleitendes Fahrzeug, am besten ein Wohnmobil, wäre das zur vorgesehenen kalten Jahreszeit bedenklich. Bei den Strecken müssten es schon Extremsportler sein, die in 9 Wochen 2000 km gehen.

Gemeinsam entwickelt man eine machbare Variante des Plans: Nach dem Staffelprinzip gehen verschiedene Teams jeweils Etappen von je einer Woche. Dazu wird es ein begleitendes Wohnmobil mit Fahrern geben, und die Stadt übernimmt An- und Abreisekosten für jeweils zwei Wanderer aus Pforzheim.

So halte ich das Ganze auch für machbar, und mein Gefühl sagt mir, dass das bestimmt einige abenteuer- und reiselustige Studenten ansprechen wird. Auch führt ein weiter Teil der Strecke über den Jakobsweg – das klingt doch gut. Und der Zeitaufwand von nur einer Woche je mitwanderndem Studenten verlängert bestimmt kein Studium – das beruhigt mein Gewissen als Professor.

Also schnell ein Rundmail an alle Studenten verfasst: Wer will eine Herausforderung erleben, die er später im Berufsleben nur viel schwerer wird realisieren können? Und noch ein Rundmail an alle Professoren und Mitarbeiter: Wer will in der Nebensaison auf dem Jakobsweg wandern, in einem internationalen Team und mit Gepäckservice?

Mitte Juli 2004 sollen sich alle Interessierten zu einem Vortreffen einfinden. Nach der letzten Klausur des Sommersemesters ist das ein „gefährlicher" Termin, der aber auch dazu beiträgt, wahrhaft Interessierte zu identifizieren. Spannung: Werden nur 2 oder werden 200 im Hörsaal sitzen? Es sind 12 Studenten. Aber die sind genau aus dem richtigen Holz geschnitzt. Und gemeinsam mit 8 interessierten Professoren und einer Sekretärin ist es geschafft: Jede Etappe hat ihre Wanderer gefunden. Eine wird vom Alpenverein bestritten, ansonsten „versorgt" die Hochschule dieses Ereignis von buchstäblich europäischer Dimension.

Am Abend vor dem Abmarsch in Pforzheim lernen wir im Hotel unsere baskischen Mitwanderer kennen. Wir staunen: Da sind vier Leute, die die gesamte Strecke von Pforzheim bis Gernika durchmarschieren wollen. Um es vorwegzunehmen, drei von ihnen werden das auch schaffen:

Fernando Atetxe, 63-jähriger spanischer Frühpensionär, der topfit ist und eher aussieht wie 43 (in der spanischen Industrie wiederholt man derzeit die fragwürdige Frühpensionierungspraktiken der 80er und 90er Jahre in Deutschland). Fernando ist so stark, dass er von Pforzheim bis Gernika praktisch ständig mit dem höchsten Tempo an der Spitze gehen wird.

Argi Palenque, Hobby Marathonlauf (mehrfach in New York dabei gewesen). Sie ist Unternehmerin in der Tourismusbranche und hat gerade Zeit. Luis Etxebarria, 67-jähriger Pen-

Die Friedensbotschaft

„Vor sechzig Jahren, am 23. Februar 1945, wurde die Stadt Pforzheim von einem verheerenden Luftangriff der Alliierten zerstört. Mehr als 17.000 Menschen verloren dabei in einem Inferno von Bomben und Feuer ihr Leben. Es war gegen Ende des Zweiten Weltkriegs, als der Krieg Pforzheim seine grausamste und unmenschlichste Seite zeigte.

Acht Jahre vorher, am 26. April 1937, hatte dieser Wahnsinn mit der Zerstörung der Stadt Gernika begonnen, deren Bevölkerung an einem Montag – Markttag – von den Fliegern der deutschen Legion Condor bombardiert wurde, die eine Probe der neuen Kriegsstrategie durchführte, beruhend auf der Bestrafung der ungeschützten Zivilbevölkerung.

Nach der langen Nacht der franquistischen Diktatur zeigte die Mehrheit der Bevölkerung von Gernika den Deutschen gegenüber einen großen Wunsch nach Frieden und Versöhnung. Im Jahr 1989 begründeten Gernika und Pforzheim eine Städtepartnerschaft, aber nicht als Opfer und Täter, sondern auf der Grundlage von Gleichheit und gegenseitigem Respekt.

Von Anfang an basierte diese Partnerschaft nicht auf institutionellen Beziehungen und historisch-politischen Gründen, sondern auf der Sympathie der Menschen beider Städte; sie ist getragen vom Wunsch gegenseitiger Achtung, die Vergangenheit zu vergessen, aber den Blick in die Zukunft gewandt, wissend, dass nur so die Last der Geschichte überwunden und eine gemeinsame Zukunft in Frieden geschaffen werden kann.

In den vergangenen 16 Jahren haben die Menschen in Pforzheim und Gernika bewiesen, dass ihr Engagement für die Städtepartnerschaft so aktiv ist wie am ersten Tag. Die Friedenswanderung stellt das lebendige Beispiel für die Phantasie ihrer Bürger und ihren Wunsch nach Gemeinsamkeit dar. Neun Wochen lang teilen die Friedenspilger aus Pforzheim und Gernika die Freuden und Leiden des Weges, um Beispiel zu geben und unsere beiden Städte in Frieden zu vereinen.

Pforzheim, 23. Februar 2005
Christel Augenstein, Oberbürgermeisterin

sionär mit dem Hobby, Wanderheime auf dem Weg nach Santiago zu betreuen oder – noch lieber: selber nach Santiago zu wandern.

Und wir lernen an diesem Vorabend eine schöne baskische Sitte kennen: Singen. Am liebsten melodische baskische Volkslieder zu fortgeschrittener Stunde. Ein sehr atmosphärischer Vorabend zu diesem großen Ereignis.

Roland Wahl

Etappe 2
„Elsass“

„Wollen Sie wirklich bei diesem Wetter wandern??“ Diese Frage wurde uns noch mal gestellt, als wir am 27. Februar zur 2. Etappe der Friedenswanderung Pforzheim – Gernika in Renchen (Ortenaukreis) um 9.00 Uhr aufbrachen: 7 Wanderer aus Gernika und wir – die Professoren Dr. Martin Weiblen und Friedrich-Wilhelm Wehmeyer – mit unseren Ehefrauen, dazu noch ein Führer des Schwarzwaldvereins, der uns bis Kehl begleitete.

Der Bürgermeister von Renchen verabschiedete uns am Grimmelshausen-Denkmal. Bei starkem Schneesturm und einer Temperatur von -10°C ging es dann in Richtung Kehl, unserem Tagesziel. Schon nach drei Stunden klarte der Himmel auf, und das waren und blieben dann auch die Wetterbedingungen fast die ganze Wanderwoche hindurch: Sonne und Kälte, nur vereinzelt noch etwas Schneefall während des Tages. Unsere weiteren Etappenziele waren Straßburg, Molsheim, Barr, Châtenois, Turckheim und Soultzematt, wo wir uns leider nach 170 gemeinsam zurückgelegten Kilometern von unseren Mitwanderern verabschieden mussten.

Es war für uns eine erlebnisreiche Woche, die trotz erheblicher sprachlicher Verständigungsschwierigkeiten gute menschliche Kontakte während des Wanderns und an geselligen, fröhlichen Abenden ermöglichte, die uns durch bezaubernde, meist bergige Winterlandschaft mit vielen Burgruinen, durch ausgedehnte Weinberge und durch liebliche kleine Dörfer und Städte führte. Im Elsass wurden wir von Herrn und Frau Kopp, die in der elsässischen Jakobusgesellschaft führend tätig sind, die ganze Strecke auf dem Jakobsweg sehr fürsorglich geführt und teilweise auch noch von anderen Franzosen begleitet. Vor einigen Weinorten wurden wir von deren Bürgermeistern herzlich empfangen, die uns dann zu einem Glas Wein und Brezeln bzw. Gugelhupf in ihre Rathäuser einluden. Danach waren dann Kälte und sonstige Beeinträchtigungen meistens vergessen.

In besonderer Erinnerung wird allen wohl auch Straßburg bleiben, wo wir auf der Europabrücke von Herrn und Frau Kopp herzlich empfangen

Empfang im Europaparlament

wurden und eine Führung durch das imposante, aber recht leblos wirkende Europaparlamentsgebäude bekamen, – die Parlamentarier tagen dort ja nur höchstens einmal im Monat eine Woche. Dass unter den dort aufgestellten Fahnen die baskische Nationalfahne nicht zu finden war, betrübte unsere baskischen Begleiter doch sehr. So enthüllten sie auch hier, wie sonst bei jeder Gelegenheit, schnell ihre Farben ... fürs gemeinsame Foto.

Wir hatten uns für eine Woche Mitwandern entschieden, … es war viel zu kurz!

Friedrich-Wilhelm Wehmeyer

Etappe 4
„Burgund“

Die 4. Woche durch das Burgund von Marney bei Besancon bis nach Cluny entwickelte sich als besonderer Härtetest. Mit 210 Kilometern in sechs Tagen und dem längsten Tagesmarsch mit fast 50 Kilometern durch Schnee und Eis und quer durch Waldgebiete, deren Wasserläufe oft den Weg versperrten, durch Morast, über Felder und Wiesen. Oft stellten wir uns die Frage: „Warum müssen wir uns dies antun?“ Die Antwort gab die Benediktinerin Bernadette im Kloster Notre Dame bei Tournus: „Wir beten für den Frieden und ihr wandert für den Frieden. Gemeinsam tun wir so ein wichtiges Werk.“

Abends und morgens war Pflastern angesagt. Bruno Kohl aus Pforzheim hatte dabei jeden Tag drei bis vier Patienten. Aber Luis und Manuel aus Gernika gaben mit ihren 67 Jahren trotz Rundumverpflasterung nie auf. Sie waren, wie Argi und Fernando, bereits seit dem 23. Februar ab Pforzheim dabei und hatten inzwischen 750 Kilometer zurückgelegt. Fernando, Präsident vom Club Alpin Gernika, war mit seinen 63 Jahren fast immer an der Spitze der Wandergruppe zu finden. Der Club Alpin stellte die meisten Friedenswanderer. Das gemeinsame Ziel war das Verbindende.

In einfachen Gite-Etapes, vergleichbar mit nicht bewirtschafteten

Quer durch den Forêt de Dissey

Jugendherbergen, war am Abend nach den Strapazen des Tages abwechselnd Kochen angesagt. Tagsüber versorgten uns die Fahrer des Wohnmobils, Matthias aus Freiburg und Imanol aus Gernika, mit Getränken und Essen. Beide hatten die Vorortorganisation über die gesamte Strecke. Das Aufspüren der entsprechenden Standorte war dabei nicht immer einfach. Vor allem der Nachschub an Wasser war wichtig.

Bei unserer Anreise nach Besançon erlebten wir auf der Autobahn in Frankreich einen Wintereinbruch, bei dem selbst für die Schneepflüge ein Durchkommen schwierig war. Wir ahnten Schreckliches, doch wir hatten das gute Wetter im Gepäck dabei.

Im Rathaus von Marney wurden wir mit Glühwein und Kuchen empfangen. Die beiden Vorwanderinnen von der Hochschule hatten uns gleich bei der Begrüßung vor dem flotten Schritt der Gernikaner gewarnt. Am Sonntag hatten wir bis Villars Saint George, einem verträumt liegenden Dörfchen im Jura, einen einheimischen Führer. Ab Montag übernahm diese Aufgabe Bruno Kohl, der mit seiner Frau Sybille und mir das Team des Alpenvereins der Sektion Pforzheim unter der Firma Witzenmann als Werbepartner für diese Woche stellte. Es war für Bruno keine leichte Aufgabe, da die Wege oft im Niemandsland endeten. Mitunter war die Strecke unpassierbar, und ein Weiterkommen durch Wälder, Felder über Bäche, Zäune und an Seen entlang war nur mit Kompassunterstützung möglich.

Bei unserer längsten Tagesetappe, die durch den schneebedeckten Jura zu der außergewöhnlichen Anlage der königlichen Salinen in Arc et Senans führte, standen wir nach zehnstündigem Dauermarsch plötzlich an der Autobahn A 39. Erschöpfung, Unsicherheit und die Frage: „wie geht es nun weiter“ war auf allen Gesichtern der Wanderer abzulesen. Der Gedanke, sich in den Matsch zu setzen und nicht mehr weiterzugehen, drängte sich auf. Doch Bruno fand wieder schwache Zeichen, die durch den abschüssigen Wald nach Norden zu einer Tunnelröhre führten. Es ging weiter.

An diesem Tag ließen wir uns bei km 45 vom Wohnmobil abholen. Am anderen Tag standen wir nach vielen Wanderstunden plötzlich mitten auf einem großen Bauernhof, denn der Weg hörte dort auf. Der Bauer nach der Fortsetzung befragt, meinte: „Hier ist das Ende der Welt und es gibt keinen Weg“. Nach längerem Gespräch und Beratung mit der Wanderkarte

wurde ein Weg über seinen Misthaufen und eine Müllhalde gefunden. Eine Bachüberquerung und Stacheldrahtabsperrungen lagen noch vor uns. Sein Hofhund folgte uns brav. Als wir nach einer dreiviertel Stunde wieder einen gesicherten Weg hatten, kam der Bauer mit seinem Range Rover und lud seinen Hund wieder ein. Zum Rasten blieben uns nur kurze Zeiten. Rehe, Hirsche, Hasen und auch Habichte ließen sich kaum aus der Ruhe bringen, wenn wir vorbeiliefen.

Stundenlang ging es auch am Ufer der Saône entlang. In vielen kleinen Dörfern herrschte kaum Leben. Oft waren die Häuser verfallen oder dienten als Ferienhäuser. An der Saône gab es viele Schilder in deutscher Sprache mit der Aufschrift „Zu verkaufen".

Um 6 Uhr war jeden Tag Wecken mit dem Kuckucksruf von Bruno angesagt. Wenn er morgens als erster eine Bäckerei betrat, um einen Arm voller Baguettes zu kaufen, erlebte er oft ein Kopfschütteln. Vor sieben gab es in den Gite-Etaps ein von allen zubereitetes Frühstück. Das Gepäck war dann bereits im Wohnmobil verstaut. Der Wandertag begann zwischen 7.15 Uhr und 7.30 Uhr.

In Germain du Plain wartete schon der Reporter auf der Straße vor dem kleinen Städtchen mit rund 3.000 Einwohnern auf uns. Ein Empfang in der Bibliothek folgte. Danach suchten wir in der Turnhalle nach den Bodenmatten, die uns als Nachtlager dienten. Die Dusche gab allerdings nur kaltes Wasser her, was manchen zum Verhängnis wurde. Bürgermeister Alain Doule lud uns zu einem wundervollen Abendessen nach Art der Bourgogne ein, ehe uns im Rathaus der Chor „Solaire" seine Aufwartung machte. Wir revanchierten uns mit einen baskischen Nationallied, welches wir täglich gemeinsam sangen. Die Nacht in der zugigen Turnhalle mit ständig laufendem Wasser der Toiletten, das nur mit einer bestimmten Klopftechnik auszubremsen war, sorgte dafür, dass kaum einer ein Auge zutat. Zum Frühstück am nächsten Morgen war der Bürgermeister wieder zur Stelle und er verabschiedete uns auch.

Während am Anfang noch Handschuhe, Mütze und Jacke notwendig waren, wurde es jeden Tag ein wenig wärmer. Beeindruckend waren nicht nur die großen zusammenhängenden landwirtschaftlichen Flächen sondern auch die Rebhänge des Burgunds.

Das flache Land der Bourgogne wurde abgelöst vom Bergland Montagne Vanniére und der Ruf hallte: „Cluny wir kommen". Kompass und Karten waren nun überflüssig, denn die gelbe Strahlenmuschel auf blauem Grund zeigte uns den Weg. Wir folgten nun wieder dem Jakobsweg (Camino di Santiago). Beim Eintreffen in Cluny war gerade ein Maskenumzug. Konfetti flog in Mengen und auch eine Symbolfigur ging in Flammen auf. Nach einem erfrischenden Bier bezogen wir unser Quartier in der Pilgerherberge Cluny Sejour. Der nächste Tag war ein Ruhetag. Wir besichtigten die Reste des einst mächtigsten Benediktinerklosters des Abendlandes, das 910 von Wilhelm dem Frommen gegründet und als Mutterhaus für 1000 Klöster in Europa diente; so auch für das Kloster Hirsau im Nagoldtal.

Am Ufer der Saône

Am Abend improvisierten wir für die anreisenden Friedenswanderer aus Pforzheim und Gernika, die uns nach dieser Woche ablösten, ein Abendessen. Am festlich gedeckten Tisch für neunzehn Personen gab es Salate und kalte Platten und als Abschluss Tanz und Gesang. Trotz anstrengender Wandertage gab es zu keiner Zeit Unstimmigkeit. Ob in französisch, englisch, spanisch, baskisch oder deutsch – ganz egal, eine Verständigung war immer möglich. Lieder als Brücke unterstützten die Kommunikation. Beim Abschied, nach dem kleinen Empfang um 8 Uhr am Sonntag im Hotel de Ville von Cluny flossen viele Tränen.

Zu fünft machten wir uns auf den Rückweg, hielten nochmals in Taize und erlebten dort einen bewegten Palmsonntagsgottesdienst mit dem Gründer der Communität Frère Roger, den rund einhundert Brüdern sowie einigen hundert Jugendlichen aus vielen Ländern Europas.

Herzlich und traurig verabschiedeten wir uns von Maite und Sabin aus Gernika, die wir am Flughafen in Mulhouse absetzten. Und wir freuten uns bereits alle auf ein Wiedersehen bei den Endetappen von San Sebastian nach Bilbao im April sowie auf die Abschlussfeier am 26. April in Gernika. Rückblickend lässt sich sagen, diese Friedenswanderung war eine Tour der Freuden und der Leiden. Doch dieses einmalige Projekt hat viele

Menschen aus Gernika und Pforzheim einander näher gebracht.

Rolf Constantin

Etappe 6
„Zentralmassiv II“

Auf dem Weg von Le Puy nach Conques. Es tut gut, sich Zeit zu nehmen und sich der Landschaft, den Orten und den persönlichen Begegnungen in dem ihnen eigenen Rhythmus zu nähern. Das heißt immer wieder: verweilen, schauen, hören, riechen, spüren und schmecken und der Wahrnehmung Raum geben. Manchmal vielleicht sogar reden, aber viel häufiger nach innen gehen, horchen und vielleicht Einklang entstehen spüren. Wenn man will, kann man das Gehen auf dem Weg des Heiligen Jakob als Wanderung verstehen, aber es ist mehr.

Die innere Vorbereitung hat längst vorher begonnen, vielleicht ohne dass man es bemerkt: mit einem Buch über den Jakobsweg, das man vor einigen Jahren entdeckt hat, einem Gespräch mit Freunden oder einem Zeitungsbericht. Spätestens aber seit der Anmeldung zur Teilnahme an dieser Friedenswanderung ahne ich, dass da etwas auf mich zukommt, dem ich gerne begegne, von dem ich aber noch nicht weiß, was es ist. Einige haben sich intensiv um die Vorbereitung gekümmert, aber man weiß weder, wer die Partner auf der baskischen Seite sind, noch wo sie übernachten, noch welche Sprache sie wohl sprechen – außer vermutlich Baskisch und Spanisch.

Man spürt, dass das auch ein offenes Konzept ist – also nicht zu sehr reguliert und mit einigen durchaus charmanten Momenten von Chaos (beispielsweise hatte uns der Bürgermeister von Le Puy schon drei Tage früher zum Empfang im Rathaus erwartet). Dies passt durchaus gut zum Pilgerpfad, der ja auch selbst mit einem Minimum an Regeln auskommt: Freundlichkeit, Interesse, Hilfsbereitschaft. Anerkennung auch unabhängig davon, wie schlicht man gekleidet ist und ob man lange oder kurze Haare hat und ob man reden oder schweigen will. Kennzeichnend vielleicht ein handgemaltes Pappschild im Quartier des Klosters von Conques: „Mach Dir keine Sorgen darüber, wo Du übernachtest, wenn Du kein Geld hast.“

Wie nähert man sich dem Land, den Leuten – sofern man welche trifft – und natürlich auch dem Pilgerweg?

• Man kann nicht verloren gehen! Der Weg ist gut gekennzeichnet, und es gibt meistens ein bis zwei Zwi-

Morgenstimmung in Espalion vor der wunderschönen Etappe nach Conques

WAHRE WERTE

Wellendorff

SCHMUCKMANUFAKTUR SEIT 1893

Ringe Heidelbeere, Olive, Himbeere, Orange, Kirsche, in 18 kt. Gold mit Brillanten

WELLENDORFF, Tel. 07231/28.40.10 – www.wellendorff.de

schenstopps, wo das Begleitmobil mit Matthias und Imanol wartet und Hungrige oder Durstige versorgt und Fußlahme notfalls ins Quartier verfrachtet werden können.

• Die Gruppe ist nicht die Gruppe! Diese Basken haben sich offenbar große Mühe gegeben, einige Aktivisten aus dem Pyrenäenverein zu aktivieren und die rennen und rennen, man kann es kaum glauben... Vor allem kann man kaum hinterher kommen, zumindest ich nicht. Aber das hat auch sein Gutes, ich muss nicht schon um halb acht starten, sondern vielleicht erst um halb neun, muss nicht die ganze Tagesetappe von bis zu 49 Kilometern laufen, sondern vielleicht nur die Hälfte und komme nicht erst am Abend an, wenn es schon dunkel ist, sondern vielleicht schon um fünf oder um sechs.

• Kirchen begleiten uns! Es gibt immer wieder sehr schöne, schlichte Kirchen aus Naturstein, unterwegs und am Start und Ziel. Auch einem religiös nicht sehr geübten Menschen sind sie wahre Oasen und wichtige Brücken zum tieferen Verstehen.

• Essen und Trinken, was die Einheimischen essen und trinken! Also grüne Linsen in Le Puy, Fleisch vom Hochlandrind und Hochlandkäse (Bleu d'Auvergne) auf dem Hochland, Eintopf oder das Fünf-Gänge-Menü. Schmeckt immer gut, auch in den kleineren Gasthäusern, wird immer freundlich serviert, gibt tiefen Schlaf und damit auch Kraft und Freude für den nächsten Tag.

• Landschaft, Natur, Himmel sind eins! Leider auch kalter Wind und Regen. Der Weg ist Meditation. Ich sehe immer den Himmel, immer den Horizont – rundum. Ich sehe Steine auf dem Weg, Wurzeln, die ihn kreuzen, Pflanzen, die bald blühen werden und Wiesen, die bald voll im Grün stehen. Viele Bäume, die noch keine Blätter tragen, aber eine Luft, die manchmal schon den Frühling verspricht. Hellgrünes Moos, gelbe und orange Flechten auf den Felsen und Steinen, alles sanft, zurückhaltend, unaufdringlich – aber von eigener Harmonie.

Ausgangspunkt für den Weg nach Conques: Das Rathaus von le Puy.

• Müdigkeit – Lebendigkeit. Die frische Luft, die ungewohnten Eindrücke, das Laufen, der Wind, alles macht müde, einerseits. Gern eine kleine Pause einlegen, sich ins Gras legen, vielleicht eine kleine Vesper, aber doch nach kurzer Zeit wieder belebt weitergehen. Nicht dem Land seinen Rhythmus aufzwingen, sondern im Rhythmus des Landes schwingen.

• Aufbrechen – Ankommen. Jeden Morgen der Start ins Ungewisse, oft noch kalt, regnerisch. Sich den Tag erobern, sich die wechselnde Landschaft aneignen, die Wegstrecke Stück für Stück auf sich nehmen, sich fragen, wie wird das nächste Quartier sein, am Nachmittag oder am Abend ankommen, sich in die Wärme begeben, den Hunger und Durst stillen, zuhause sein.

So hat es sich in Conques angefühlt. Der Probst beim Tischgebet am Abend, die unglaublich schönen Gesänge der Mönche in der Abendmesse, die Orgelmusik kurz vor Mitternacht, das mittelalterliche Umfeld des Mini-Städtchens, Steine, schmale Gassen, enges Tal.

Frank Lindeck

Etappe 9
„Pyrenäen und Baskenland“

Reinhold Messner hat gesagt: „Gehen ist eine meditative Erfahrung“. Es ist Neuschnee gefallen in den Pyrenäen. Unsere aus Gernika angereisten und ortskundigen baskischen Mitwanderer diskutieren mit Fernando, dem starken Basken, der schon seit Pforzheim ununterbrochen durchmarschiert. Als Ergebnis der Lagebesprechung wird uns verkündet: In dieser Woche stehen zwei Tagesetappen an, die ohnehin zu den schwierigsten der Gesamtstrecke Pforzheim-Gernika gehören. Durch den Neuschnee sei deren Durchführbarkeit jetzt aber in Frage gestellt. Man empfiehlt uns – den nicht bergerfahrenen Wanderern – große Teile dieser Etappen im Wohnmobil zu bewältigen. Wir lehnen ab, wir wollen alle Strecken wandern. Danach gehen wir mit einem unbestimmten Gefühl zu Bett: Wird sich vielleicht eine Art meditativer Trance einstellen müssen, damit wir überhaupt die Etappe überstehen?

Na ja, um es vorweg zu nehmen: So hart kommt es dann doch nicht – aber zumindest kommt ein jeder von uns in dieser Woche in die Nähe seiner körperlichen Grenzen – und macht damit auch Erfahrungen mit sich selbst, die nicht alltäglich sind.

In der hübschen Altstadt von St. Jean Pied-de-Port starten wir morgens. Viel los hier, denn dieser Ort liegt an der klassischen Jakobsweg-Variante, auf der hauptsächlich die Wanderer durch Spanien nach Santiago de Compostela pilgern. Der Weg führt hoch auf den Pass von Roncesvalles, berühmt durch Recke Roland und Karl den Großen, von dort hinüber über den Pyrenäen-Hauptkamm. Dort liegt so viel Schnee, dass wir häufig die Autostraße zum Marschieren nutzen müssen. Dann runter zum Kloster Roncesvalles. Schnell einen Jakobsweg-Pilgerausweis geholt. Warum wir diesen Ausweis brauchen? Damit wir im Gasthof ein mehrgängiges Pilgeressen mit Tischwein für 7,- Euro kriegen. Glückliches Baskenland.

Schon am Kloster Roncesvalles verlassen wir wieder den Inlands-Jakobsweg und werden die kommenden Tage quer durch die Pyrenäen zum Meer wandern, um dann von dort aus die Küstenwegsvariante Richtung Gernika zu gehen. An diesen Tagen abseits der berühmten Jakobswege, quer durch die Pyrenäen, wird es mit der Wegfindung schwer werden. Auch für unsere aus Gernika als Wegexperten angereisten Alpinisten, denn etwaige Markierungen sind auf Steinen am Boden, und der ist oft zugeschneit.

In den nächsten zwei Tagen quer durch die Pyrenäen beträgt die tägliche Marschierzeit fast neun Stunden, bei nur 20 Minuten Rast am ganzen Tag. Grund sind die langen Strecken, die Höhenunterschiede und der schwierige Untergrund. Man wandert in immer längeren Regenphasen. Es klingt jetzt vielleicht unglaublich, aber das Ganze hat etwas, das wirkliche Zufriedenheit verbreitet.... Ist es etwa das, was Reinhold Messner meint?

Am vierten Tag werden die Pyrenäen endlich flacher. Dafür regnet es an diesem Tag, an dem wir Hondarribia und damit den Ozean erreichen, nur einmal, und zwar den ganzen Tag. In Hondarribia ist dann der Tiefpunkt erreicht: Alle sind müde und nass bis auf die Haut. Ab in die Herberge zum Duschen und Umziehen. Der Blick aus dem Fenster der – in einem Park erhöht über dem Strand gelegenen – Herberge ist traumhaft! Das Meer ist erreicht! Und noch traumhafter wird der Abend: Der Kulturbeauftragte von Hondarribia organisiert für die Friedenswanderer einen unvergesslichen Abend, wie ihn kein gewöhnlicher Tourist erlebt: Er lädt alle Wanderer ein in einen „Txoko“, einen Männer-Kochverein. Baskische Köche bereiten ein köstliches Menü, das sie dann gemeinsam mit uns vertilgen. Und der Kulturbeauftragte von Hondarribia ist ein guter Sänger und kennt sogar mehr Lieder als Luis Etxebarria. Der Abend wird also lang. Und man kann ihn eben so richtig genießen in dem guten Gefühl, vorher ausreichend Bewegung gehabt zu haben....

Am nächsten Morgen wendet sich das Wetter. Ab Hondarribia wird es bis Gernika fast nur noch sonnig sein. Es geht am Meer entlang. Aber das Baskenland ist sehr bergig mit Steilküste. So stehen wir immer wieder abwechselnd auf fast 400m hohen Küstenbergen mit Traumaussicht, dann wieder an Stränden. Der Wech-

Querfeldein durch die Pyrenäen: An der Schneegrenze queren Bodo Runzheimer und Christa Scherrer einen tosenden Gebirgsbach.

Musiker, Sänger und Liebling der deutschen Friedenswanderer: Luis Etxebarria war von Pforzheim bis Gernika mit dabei.

sel der Landschaften und Elemente ist grandios: Blick nach links – es sieht nach Südtirol, Appenzell oder dem Allgäu aus. Blick nach rechts – man ist am Meer.

Man überquert Rias – Fjordbuchten – per Boot, man kommt an der Strandpromenade von San Sebastian (heißt übrigens Donostia auf baskisch) vorbei. Alles hat seine Reize, und alles zusammen bietet eine unglaubliche Vielfalt an Eindrücken. Gerade an der Promenade von San Sebastian fällt uns auch selber mal wieder unser Marschiertempo auf, das schon die ganze Woche von den baskischen Bergexperten vorgegeben wird. Im Slalom müssen wir ständig die anderen Fußgänger überholen, um uns nicht unnatürlich langsam vorzukommen. Übernachtung in San Sebastian in einer Herberge in unmittelbarer Strandnähe. Abends werden die Pincho-Bars getestet, für die San Sebastian berühmt ist. Pinchos heißen hier die Tapas.

Am Morgen des Abmarsches von San Sebastian nach Zarautz kommen zwei Busse mit Wanderern aus Gernika, die heute mit uns zusammen gehen werden. So sind wir eine Gruppe von fast 80 Leuten. Viele interessante Gespräche, viel gute Laune. Und man spürt, weshalb das Baskenland unter anderem dafür bekannt ist, dass es bezogen auf seine Einwohnerzahl die meisten Extremsportler aufweist, z.B. Besteiger von 8.000 m-Bergen. Die angereisten Normalbürger aus Gernika sind nämlich alle sehr gut zu Fuß. Es herrscht eine angenehme, sportliche Atmosphäre in dieser doch großen Gruppe.

So geht es dann noch über drei Tage weiter, an schönen Küsten und Städtchen vorbei, in nette Hügellandschaften und Klöster hinein. Bis schließlich zur Ankunft in Gernika. Ein überraschend großes Medieninteresse. Live-Interviews im Radio und im Fernsehen, alles in Castellano (Spanisch).

Und als in Gernika schließlich die würdevolle Ankunftsfeier vorbei ist und alle Medienvertreter wieder weg sind, beginnt die ausgelassene Abschluss-Fiesta auf dem Marktplatz von Gernika. Hier beendet der Reporter seinen Bericht – man muss ja nicht alles erzählen.

Roland Wahl

Am Ende der Pyrenäen: Deutsche und Basken blicken auf den Ozean: endlich ohne Regen und in der Sonne.

Mirjam Hiller: Teatime.
Betreuer: Professorin Christine Lüdeke. *Foto: Harald Koch*

Studium Generale: Wettbewerbsvorteil im Bologna-Prozess

Stabwechsel von Professor Dr. Helmut Wienert an Frau Professor Dr. Christa Wehner

von Barbara Burkhardt-Reich

Das Studium Generale war bereits in der Vergangenheit ein wichtiges Markenzeichen der Hochschule Pforzheim. Im Rahmen der durch den Bologna-Prozess angestoßenen Entwicklung der gestuften Abschlüsse gewinnt es zunehmende Bedeutung. Gerade in den modularisierten Studiengängen wird der Anspruch erhoben, personale Kompetenzen der Studierenden durch interdisziplinäre und allgemeinwissenschaftliche Bildungsinhalte zu fördern. Dazu will das Studium Generale der Hochschule Pforzheim einen Beitrag leisten. Durch das vielfältige Angebot soll es zu fächerübergreifendem Denken und Arbeiten anregen, die Studierenden motivieren, sich mit Themen auseinanderzusetzen, die über das eigentliche Fachstudium hinausgehen. Die Vielfalt wissenschaftlicher Fragestellungen kann nicht nur kennen gelernt, sondern auch über die interessanten Persönlichkeiten, die als Referenten ins Studium Generale kommen, außerordentlich authentisch erlebt werden. Dies fördert eine produktive wissenschaftliche Streitkultur und die Herausbildung einer entsprechenden Kommunikationsfähigkeit. So leistet ein Studium Generale einen wichtigen Beitrag zur Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden, neben einer fundierten fachlichen Ausbildung eine Trumpfkarte für die Arbeitswelt der Zukunft.

Die „Macher“ des Studium Generale der Hochschule Pforzheim sind sich dieser Aufgabe bewusst, wohl wissend, dass es nicht ausreicht, ein interessantes Studium Generale Programm in jedem Semester anzubieten. Für die Teilnahme an einem solchen Programm muss intensiv geworben werden. Es ist vielen Studierenden nicht selbstverständlich, zusätzlich zum Fachstudium die Angebote des Studium Generale wahrzunehmen. Aus diesem Grund wurde ein umfassendes Marketing-Konzept entwickelt, das neben der Plakatierung in der Hochschule die persönliche Vorstellung der Ziele des Studium Generale bei allen Erstsemestern in den entsprechenden Lehrveranstaltungen umfasst. Die Studium Generale Arbeitsgruppe zeigt Präsenz beim Newie-Info-Markt und beim Hochschulinformationstag. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, per newsletter vor jedem Vortrag nochmals erinnert und informiert zu werden. Alle Professoren erhalten diese Informationen und werden gebeten, in ihren Lehrveranstaltungen darauf hinzuweisen. Der regelmäßige Besuch von Studium Generale-Veranstaltungen wird seit einigen Semestern auf Wunsch zertifiziert; auch dies ist sicher ein zusätzlicher Anreiz für einige. Interessant ist jedoch, dass viele Studierende auch über die Zertifizierung hinaus die Veranstaltungen besuchen, weil sie den persönlichen Nutzen erfahren haben.

Auch im vergangenen Jahr ist es wieder gelungen, zu allen Vortragsveranstaltungen ein großes und interessiertes Auditorium im Walter-Witzenmann-Hörsaal zu begrüßen. Zum Wintersemester erfolgte der Stabwechsel von Professor Dr. Helmut Wienert, der seit dem Sommersemester 2000 die wissenschaftliche Leitung inne hatte, an Frau Professor Dr. Christa Wehner. Sie kann sich bei Ihrer neuen Arbeit auf die langjährige Erfahrung der Autorin und eine außerordentlich engagierte studentische Arbeitsgruppe stützen.

Im Wintersemester startete die Vortragsreihe mit vollem Haus: rund 420 Zuhörer folgten gespannt den Ausführungen von Professor Schneider, der über „Verborgene Finanzströme, Geldwäsche und terroristische Hintergründe: Investitionen in einen Kampf der Kulturen?“ sprach. Durch ein persönliches Erlebnis wurde die Erforschung der verborgenen Finanzströme zur Finanzierung des Terrorismus zu einer Art wissenschaftlichem Hobby für Professor Dr. Friedrich Schneider: der Ökonom von der Universität Linz befand sich am 11.9.2001 auf dem Flug zu einem Vortrag nach Chicago und begann unmittelbar nach der unversehrten Landung mit seinen Recherchen über Al Kaida. Aufgrund seiner Forschungserfahrung zum Thema Schwarzarbeit ist es ihm gelungen, ökonometrische Schätzverfahren zu entwickeln und daraus Zahlen über das Vermögen und die laufenden Jahresbudgets der Al Kaida sowie anderer Terrororganisationen wie Hamas und Hizbullah vorzulegen. Sie vermitteln einen Eindruck über die doch beträchtlichen finanziellen Summen, über die diese Netzwerke verfügen: Allein das Vermögen der Al Kaida wird von Schneider auf ca. 4 Milliarden Dollar beziffert, während die

Luis Valencia: Mit Knabberwerkzeug und Benneton-Bagger gegen Atomkraftwerke.

jährlichen Ausgaben in der Spannweite von 20 bis 50 Millionen Dollar liegen. Die wichtigsten Einnahmenquellen sind das Drogengeschäft (35%), der illegale Diamantenhandel (20%) und Schutzgeldzahlungen (30%). Professor Schneider zeigte den Zuhörern darüber hinaus verschiedene Möglichkeiten auf, mit denen die Herkunft der Gelder verschleiert werden kann, so dass es schließlich als „sauberes Geld" verfügbar ist.

Ein besonderes Anliegen war dem Referenten, dass sich auf dem Hintergrund seiner Erkenntnisse ganz andere Strategien der Terrorismusbekämpfung ergeben. An erster Stelle sollte aus seiner Sicht eine länderübergreifende Antiterror-Einheit im Finanzwesen stehen, die mit den Methoden der Rasterfahndung die Geldströme der Terroristen aufspürt. Ebenfalls länderübergreifend müsste man sich Gedanken über eine Art Kronzeugenregelung machen, die führenden Köpfen der Terrororganisationen Schutz und geringe Strafen zugesteht, wenn sie Informationen liefern. Aus seiner Sicht ist dies wesentlich effizienter als die derzeitigen Einreiseregelungen auf den amerikanischen Flughäfen.

Beim Vortrag über die Entsorgung von Kernkraftwerken faszinierten Knabberwerkzeug und Bennetон-Bagger die rund 200 Besucher. Mit Luis Valencia, dem Leiter Dekontaminationsbetriebe beim Forschungszentrum Karlsruhe, war es dem Studium Generale-Team gelungen, einen ausgewiesenen Experten auf dem Gebiet der Stilllegung von Kernkraftwerken zu gewinnen. Er erläuterte in seinem Vortrag sehr detailliert und anschaulich, mit welchem technischen Aufwand, vielfältigen Spezialverfahren und -werkzeugen die Kernkraftwerke so stillgelegt werden können, dass an ihrer Stelle wieder ein grüne Wiese entsteht. Gleichzeitig wies er aber auch auf die ungeklärten Fragen hin, die unsere Generation der nächsten und übernächsten Generation „vererbt": Die Frage der Zwischen- und Endlager, der große Nachwuchsmangel an Experten für Stilllegung und Entsorgung und nicht zuletzt die Frage nach der kostengünstigen Deckung des Energiebedarfs nach dem Abschalten des letzten Reaktors im 2021. Das große Interesse des Publikums zeigte sich auch im Anschluss an den Vortrag, als Herr Valencia stets von vielen Studierenden umringt war. Wieder einmal ist es dem Studium Generale gelungen, einen Denkanstoß für ein Thema zu liefern, das in den nächsten Jahren sicher zu einer breiten gesellschaftlichen Diskussion führen wird.

Professor Dr. Peter M. Knoll im Gespräch mit Professor Dr. Karlheinz Blankenbach, dem Rektor der Hochschule, Professor Dr. Ralph Schieschke und Dr. Barbara Burkhardt-Reich.

Professor Dr. Knoll sprach im folgenden Vortrag über „Das intelligente Auto – mit Sensorik Unfälle vermeiden!" Vor überwiegend männlichen Zuhörern erläuterte Professor Knoll seine aktuellen Entwicklungsprojekte. Knoll ist Leiter Neue Produkte bei der Robert Bosch GmbH und dort für den Produktbereich Fahrerassistenzsysteme zuständig, die einen hohen Beitrag zur Unfallvermeidung leisten sollen. Im Focus der Motivation zu diesen Neuentwicklungen steht die Erkenntnis, dass ein Vorverlegen der Fahrer-Reaktion um nur 0,5 Sekunden zur Vermeidung der meisten Unfälle führen würde. Hier setzen nun die neuen Entwicklungen an: Bei dem sogenannten „Safety Vehicle" nutzen vorausschauende Fahrerassistenzsysteme die Signale neuer Sensortechniken (Radar, Video) zur Einordnung von Objekten im Fahrzeugumfeld. Durch Messung ihrer Positionen und ihrer Relativgeschwindigkeit zum eigenen Fahrzeug werden bevorstehende Kollisionen erkannt und können stufenweise in immer intensivere Eingriffe in die Längs- und Querführung der Fahrzeuge umgewandelt werden. In diesem Zusammenhang werden folgende Komfort- und Sicherheitsfunktionen weiterentwickelt: die aktive Sicherheit durch die Kollisionsvermeidung, die Fahrzeugführung durch den Spurhalteassistenten und den Verkehrszeichenassistenten aber auch durch ein verbessertes Nachtsichtsystem, die Fahrerunterstützung durch die Einparkhilfe und die passive Sicherheit durch den Fußgängerschutz. Professor Knoll geht davon aus, dass bei Anwendung all dieser Entwicklungen bis zum Jahr 2010 ein Unfallvermeidungspotential von 2,4 Mrd. in der Bundesrepublik entsteht.

Die Vortragsreihe im Wintersemester 2004 beendete das Studium Generale mit der Unternehmerpersönlichkeit Heinz Dürr. In seinem Festvortrag zum Abschluss des Technik-

Interessante Erfahrungen aus drei Unternehmerleben: Dr. h.c. Heinz Dürr.

forums sprach Dürr über „Drei Unternehmerleben: Eigentümer, Sanierer bei der AEG, Vorstand bei der Deutschen Bahn“ und beeindruckte durch einfache, klare und zugleich tiefgründige Aussagen.

Heinz Dürr stammt aus einer mittelständischen Unternehmerfamilie in Stuttgart. Er hat nach dem Rückzug seines Vaters die Dürr-Gruppe zu einem „Mittelstands-Multi“ ausgebaut und zu einem weltweit führenden Anbieter von Produktionssystemen und produktionsbegleitenden Dienstleistungen für die Automobilindustrie gemacht. Eine wichtige Erfahrung dabei war die eines Eigentümer-Unternehmers: er habe bereits damals einen demokratischen Führungsstil praktiziert, konnte aber letztendlich immer „qua Besitz Anweisungen geben“.

Dieser Vorteil sei ihm besonders bewusst geworden, als er Vorsitzender des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall wurde. Dort lernte er verhandeln, Kompromisse schließen und die Verbandsstruktur der Gewerkschaften kennen, die legendäre „Steinkühler-Pause“ stammt aus dieser Zeit. Für Dürr ist sie heute nicht mehr zeitgemäß.

1980 wurde er an die Spitze des angeschlagenen Elektrokonzerns AEG-Telefunken geholt; im Rückblick bezeichnet er diese Aufgabe als eine Art „Mission Impossible“. Dürr setzte einen harten Sanierungskurs durch, mit dem es ihm 1983 gelang, erstmals nach 15 Jahren für diesen Konzern wieder schwarze Zahlen zu erwirtschaften. Seine Erfahrungen dabei waren die großen Schwierigkeiten der Abstimmung in der Konzernhierarchie, das Hin- und Herschieben von Zuständigkeiten unter den Vorständen. Eine wichtige Regel für finanziell schwierige Zeiten gab er den Zuhörern mit auf den Weg: „Erkenne dich selbst, belaste den anderen“. Mit der AEG kam er dann unter Edzard Reuter zu Daimler Benz; eine wichtige Erfahrung war für ihn die Zusammenführung verschiedener Unternehmenskulturen.

1990 nahm Heinz Dürr überraschend das Angebot des damaligen Bundeskanzlers Kohl an, Vorsitzender des Vorstandes der Deutschen Bundesbahn zu werden. Obwohl ihm viele – unter anderem der ehemalige Bundeskanzler Helmut Schmidt – abrieten, entschied er sich für diese schwierige Aufgabe: „Das Land hat so viel für mich getan, ich bin ein wohlhabender Mensch geworden, jetzt tue ich auch was für mein Land“. Unter seiner Leitung wurde mit der Bahnreform die faktische Umwandlung des chronisch defizitären „Sondervermögens des Bundes“ in eine Aktiengesellschaft in Angriff genommen. Er war verantwortlich für die Verschmelzung mit der Deutschen Reichsbahn und wurde damit Chef eines Beamtenapparates. Dabei habe er sehr engagierte Mitarbeiter kennen gelernt, aber eben auch erfahren, dass sich Beamte immer an einem Regelwerk orientieren, und „der Betrieb der Bahn mit der notwendigen Raschheit aber ohne Überstürzung durchzuführen“ sei. Er beschreibt diese Zeit als sehr interessant, zumal er eine Reihe wichtiger Politiker kennen lernte, so z.B. alle Ministerpräsidenten, die ihn für bestimmte Vorhaben der Bahn in ihrem Bundesland gewinnen wollten. Im Juli 1997 wechselte Dürr in den Aufsichtsrat und übernahm dort den Vorsitz; 1999 trat er von diesem Amt wegen unterschiedlicher Auffassungen über die Unternehmenspolitik der Deutschen Bahn zurück.

Zum Schluss war es dem heutigen Aufsichtsratsvorsitzender der Dürr AG ein großes Anliegen, auf seine Aussage „ein Unternehmen ist eine gesellschaftliche Veranstaltung“ einzugehen. Heinz Dürr kritisierte deutlich die Übertreibung des Shareholder Gedankens; der Gewinn sei wichtig für ein Unternehmen, aber das Geld sei nicht der Maßstab für alles. Deshalb plädierte er für eine „Repolitisierung der Ökonomie“ als Gegenbewegung zur Ökonomisierung der Politik.

Die Vortragsreihe des Studium Generale im Sommersemester 2005 wurde eröffnet von einem Honorarprofessor der Hochschule, Professor Heinz Fischer. Bei seinem Vortrag: „Mit Werten führen“ kam er zu dem Schluss, dass das Humanvermögen bewertet werden kann und muss, aber die Mitarbeiter das wichtigste Vermögen bleiben.

Professor Fischer war nicht nur Personnel Director Europe bei Hewlett-Packard und Bereichsvorstand Personal bei der Deutschen Bank,

sondern auch Mitglied der Hartz-Kommission. In diesem Zusammenhang hat er – unbeabsichtigt – bereits zwei Mal das Unwort des Jahres geprägt: „Ich-AG“ und „Humankapital“. In seinem Vortrag „Mit Werten führen“ ging es ihm in Bezug auf den Begriff Humankapital vor allem darum, aufzuzeigen, inwieweit Menschen Werte schaffen und Menschen Werte haben. Er hat vor rund 350 Zuhörerinnen und Zuhörern sehr eindrucksvoll dargelegt, dass gerade beim Übergang von der Industrie- zur Wissens- und Informationsgesellschaft die von Menschen geschaffenen Werte in einem Unternehmen viel stärker als bisher zu berücksichtigen sind. Mitarbeiter sind aus seiner Sicht Mit-Unternehmer und dies müsse sich auch in der Personalführung niederschlagen. Seine Führungsbausteine haben zum Ziel, dass die Mitarbeiter (Mitunternehmer) etwas können, dazu gehört die Beachtung und Weiterentwicklung von Kompetenz, Wissen und Erfahrung. Darüber hinaus ist es wichtig, dass die Mitarbeiter wollen. Eine Führungskraft muss sich für Begeisterung, Antrieb und Zielfindung verantwortlich fühlen. Außerdem muss durch eine entsprechenden Normvorgabe mit Freiräumen dafür gesorgt werden, dass die Mitarbeiter dürfen/sollen.

Im Zentrum der Diskussion stand die Forderung von Heinz Fischer nach einer Bewertung des Humanvermögens im Unternehmen. Betrachtet man ein Unternehmen als ein soziales produktives System, so ist die Bewertung zentral. Die reine Gewinn- und Verlustrechnung richtet den Blick in die Vergangenheit. Die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens ist jedoch abhängig von der Attraktivität der Produkte, der Dienstleistung und der Innovationsfähigkeit. Dies sind die Leistungen des Humankapitals, d.h. die Menschen schaffen Zukunft. Deshalb darf der Wert eines Unternehmens nicht nur am Bilanzvermögen gemessen werden, sondern auch am intellektuellen Vermögen. Dieses setzt sich zusammen aus: Organisationskapital, Beziehungskapital, Humankapital und intellektuellem Eigentum. Eine solche Betrachtung lenkt den Focus auf die Mitarbeiter und das damit verbundene Wertesystem als die Wurzel eines jeden Unternehmens.

Dem Thema „Arbeitsmarkt der Zukunft“ näherte sich das Studium Generale mit einem Podiumsgespräch. Unter der sachkundigen und heiteren Moderation von Peter Heilbrunner, Wirtschaftsredakteur beim SWR, diskutierten für die Gewerkschaftsseite der 2. Vorsitzende der IG Metall, Berthold Huber und für die Arbeitgeberseite Dr. Otmar Zwiebelhofer, Vorsitzender des Verbandes der Metall- und Elektroindustrie in Baden-Württemberg (Südwestmetall).

Überraschend war, wie schnell die Debatte über die Schwierigkeiten auf dem Arbeitsmarkt bei der Bildungsfrage angelangt war. Beide Seiten forderten Investitionen in Bildung. Berthold Huber sieht die Zukunft des Standortes Deutschland nicht auf dem Niveau der einfachsten Dienstleistungsarbeit, er verneinte sehr deutlich die von ihm selbst gestellte Frage, ob wir uns auf das chinesische oder polnische Lohnniveau hin bewegen sollten. Aus seiner Sicht können wir hier in Deutschland nur dann zukünftig möglichst vielen Menschen eine Existenz sichernde Arbeit bieten, wenn wir sie vernünftig ausbilden und die gesamte Gesellschaft sich dafür verantwortlich fühlt.

An dieser Stelle widersprach er auch Otmar Zwiebelhofer, der einen bestimmten Anteil von Schulabgängern für nicht ausbildungsfähig hält. In diesem Zusammenhang verwies dieser auf die Tatsache, dass jedes Jahr 150.000 Jugendliche ihre Ausbildung abbrechen. Aus Arbeitgebersicht sei es deshalb notwendig, Arbeitsplätze für niedrig qualifizierte Menschen durch staatliche Unterstützung zu schaffen. Dr. Zwiebelhofer denkt dabei an Kombilohnmodelle, die es den Arbeitgebern wieder ermöglichen würden, auch in unserem Hochlohnland niedrig qualifizierte Arbeitsplätze anzubieten. Er erläuterte, dass er selbst diese Arbeitsplätze für sein Unternehmen nach Polen auslagert und nur damit die vorhandenen Arbeitsplätze in Gaggenau halten könne.

Berthold Huber forderte für die Zukunft, dass auch im Zeitalter der Globalisierung ein fairer Wettbewerb in Europa herrschen sollte und sieht dies z.B. durch die Ansiedelungspolitik in Ungarn gefährdet.

Otmar Zwiebelhofer forderte mehr Flexibilität, auch bei der tarifvertraglichen Ausgestaltung der Ausbildungsplätze und forderte die anwesenden Studierenden auf, an ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu arbeiten, da dies für Arbeitgeber zunehmend zum entscheidenden Kriterium bei einer Bewerbung werde.

Die lebendige Diskussion wurde anschließend beim Wein im Foyer weitergeführt, dabei wurde deutlich, dass sich hinter dem Thema Arbeitsmarkt der Zukunft eine ganze Bandbreite von Problemen verbirgt, die gerade die anwesenden Studierenden in den nächsten Jahren beschäftigen werden.

Der Höhepunkt im Studium Generale des Sommersemesters 2005 war die Veranstaltung mit dem ehemaligen Ministerpräsidenten von Baden-Württemberg, Erwin Teufel.

Über 600 interessierte Bürger und Studierende folgten der Einladung der Hochschule Pforzheim unter Federführung des Studium Generale, der Stadt Pforzheim sowie den Europäischen Gesellschaften aus der Region zum Festvortrag anlässlich der Gründung der Europäischen Union vor 55 Jahren. Teufel zeigte sich erfreut über die überwältigende Vielzahl an jungen Leuten im Publikum. Er akzentuierte das Glück und das Verdienst der Europäischen Union, dass schon die dritte Generation in Deutschland ohne die Erlebnisse von Krieg, Hunger und Leid leben könne. Dies sei aber keine Selbstverständlichkeit, der Konflikt während der 90er auf dem Balkan zeige, wie es in unserem europäischen Haus wieder zu menschenverachtenden Auseinandersetzungen kommen kann. „Der Balkankonflikt ist erst gelöst worden, als die US-Amerikaner eingriffen“, so

Beim Gespräch im Foyer: Erwin Teufel, Professor Dr. Christa Wehner und Karl-Heinz Wagner.

der ehemalige Ministerpräsident. Europa kann Kriege nicht lösen, weil Brüssel nicht handlungsfähig ist in Fragen der Sicherheitspolitik, es fehle schlicht eine vernünftige, klare Kompetenzzuordnung in sämtlichen politischen Angelegenheiten. Deshalb fordert Teufel, dass Europa vom Kopf auf die Füße gestellt werden müsse. Mit diesem Gedanken machte er sich als Vertreter aller Bundesländer auf, um in Brüssel die Europäischen Verfassung zu entwerfen.

Teufel verstand es, das Pforzheimer Publikum mit einem hohen Maß an Authentizität für das Werk der Europäischen Verfassung zu gewinnen. Er zeigte sich zuversichtlich, dass sich Brüssel dank dieser Verfassung endlich um die richtigen Themen kümmern werde. Die Nationalstaaten gäben Verantwortung in Fragen der Außen-, Sicherheits-, Wettbewerbs-, Währungs-, Außenhandelspolitik sowie bei Großforschungsprojekten an Brüssel ab und bekämen dafür (wieder) alles zurück, was sie aus eigener Kraft besser lösen können.

So wird beispielsweise das Landratsamt neben der Auszeichnung von Wasser-, Landschafts- und Naturschutzgebieten folgerichtig auch für Vogelschutzgebiete zuständig sein und nicht mehr Brüssel. Heute werden den nationalen Regierungen 80% aller Wirtschaftsgesetze und in anderen politischen Ressorts über 50% von Brüssel diktiert. Diese irrsinnige Flut an Regulierungen und Normen wird dank der Europäischen Verfassung eingedämmt, weil künftig jedes nationale Gesetzgebungsorgan vor einem Brüsseler Diktat über dessen Einführung abstimmt. Auch wird sich die Europäische Union bald bürgernäher präsentieren können. Das Gesetzgebungsorgan der heutigen EU, der Europäische Rat, wird wie auch der Bundestag in Berlin öffentlich tagen. Ebenso wird das Europäische Parlament, welches vom Europäischen Volk gewählt wird, in seiner Bedeutung aufgewertet, denn dieses Organ steht dann neben dem Europäischen Rat als gleichberechtigtes Gesetzgebungsorgan. Somit lässt sich der Europäische Rat als Staatenkammer und das Europäische Parlament als Bürgerkammer umschreiben.

In der Europäischen Verfassung hätte Teufel gerne einen Bezug zur Herkunft und Identität Europas gesehen – der griechische Geist / Philosophie / Kunst, das römische Recht, der Glaube an einen Gott von Juden und Christen sowie die Bezugnahme auf die Zeit der Aufklärung und den Humanismus. Leider seien diese Vorstellungen politisch nicht konsensfähig gewesen.

In welchem Umfang der schwäbische Geist in der Europäischen Verfassung ruht, ließ Teufel an diesem Abend offen, aber er ließ keinen Zuhörer daran zweifeln.

Einen anspruchsvollen und zugleich temperamentvollen Abschluss des Sommersemesters bereitete der langjährige Professor unserer Hochschule, Manfred Schmalriede. Er ist Vorsitzender der Deutschen Fotografischen Akademie und inspirierte die Besucher des Studium Generale mit einem schillernden Vortrag: „Bilder, Bilder, Bilder: Über Manipulation in Kunst und Werbung“.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte! Aber was „sagt“ ein Bild eigentlich? Und warum so viele Bilder? Wie lässt sich die „Bilderflut“ bändigen? Um solche Fragen zu beantworten, halten wir uns an den Gebrauch von Bildern. Es gilt herauszufinden, welche Ebenen in der Vielschichtigkeit der Bilder an der Ausprägung von „Bildsprachen“ beteiligt sind.

Bilder zu gebrauchen, meint, sie sinnvoll anwenden. Sinn zu erzeugen, liegt in der Absicht des Bildermachens. Und um bestimmte Vorstellungen in Bildern zu realisieren, suchen wir die jeweils geeigneten Mittel: Zeichnung, Fotografie, Film oder Video. Insofern gehört das Bildermachen zur Praxis des Alltags. Von der Kunst und der Werbung erwarten wir beim Bildermachen besondere Anstrengungen und Leistungen, die die Gewohnheiten des Alltäglichen hinter sich lassen und auf diese Weise unsere Aufmerksamkeit in Anspruch nehmen. Und von der Werbung befürchten wir, manipuliert zu werden.

Wir suchen nach den Phänomenen, die Bilder ausmachen. Ganz besonders interessieren die ästhetischen Phänomene, die nicht nur Grundlage unserer Wahrnehmung sind, sondern auch das Potential spezieller Muster stellen, mit denen wir lernen, unsere Wirklichkeit zu organisieren. Darüber hinaus interessieren die figurativen Konzepte in Bildern,

die Standardisierungen ermöglichen und Voraussetzungen liefern, ein visuelles Vokabular auszubreiten.

Im Bereich der Manipulationen tritt schließlich der Mechanismus der Metaphernbildung in Erscheinung, ein heute bevorzugter Prozess, Bedeutung zu erzeugen.

Der Gastredner eröffnete eine Vielzahl an inspirativen und erfrischenden Betrachtungsweisen, mit denen er das Publikum des Studium Generale begeisterte. Wer meint, dass Manipulation etwas Schlechtes sei, wird von Professor Schmalriede eines besseren belehrt. So hält er nichts von dem Allgemeinplatz, dass die Konsumenten durch Werbung manipuliert würden. Im Gegenteil, Professor Schmalriede sieht diese Art der ‚Manipulation' positiv, denn der Werbegestalter ordnet das Bild, um es dem Leser verständlich zu machen. Bilder seien dann gut inszeniert, wenn es keiner beschreibenden Worte im Bild bedarf. Worte oder sogar ganze Sätze in Bild-Werbebotschaften betrachtet er als ein Indiz dafür, dass das Bild nicht aussagekräftig genug ist und folglich nicht für sich alleine stehen kann. Obendrein lenkt jede Werbung, die mit Schrift arbeitet, von der Ästhetik des Bildes ab: Ein Bild steht für sich.

Charismatischer Referent zum Semesterabschluss: Professor Manfred Schmalriede.

Die Autorin
Dr. Barbara Burkhardt-Reich organisiert im Auftrag des Fördervereins der Hochschule seit 13 Jahren das Studium Generale.

Wissenswertes über das Fachstudium hinaus

Gut besuchte Workshops im Studium Generale

von Tanja Hasselmann, Natascha Oechsler und Uta Weber

Wo kommt die Information her und wie erscheint sie in der Zeitung? Was ist bei einer Reportage zu beachten? Wie ist eine Nachricht aufgebaut? Wie bereitet sich ein Redakteur auf ein Interview vor? Diese und andere Fragen wurden im Workshop „Schreibwerkstatt" im Oktober 2004 in enger Zusammenarbeit mit der Pforzheimer Zeitung in den Räumlichkeiten des PZ-Forums beantwortet.

Thomas Satinsky, PZ-Chefredakteur, gab einen Überblick über den inhaltlichen Aufbau der Tageszeitung und die unternehmerische Struktur. Danach ging es sofort um die wichtigsten Stilelemente einer Zeitung. Der Chefredakteur und PZ-Reporter Olaf Lorch erläuterten anhand von praktischen Beispielen ausführlich und theoretisch fundiert die Vorgehensweise von der Information bis hin zur Präsentation des Artikels. Über ein Dutzend Teilnehmer, vorwiegend Studenten aus dem Bereich Wirtschaft, nutzten die Gelegenheit, mehr darüber zu erfahren, wie Nachrichten und Meinungen in Printmedien umgesetzt werden. Die Wahl eines bestimmten Bildausschnitts wurde genauso diskutiert wie die Grenzen des „guten Geschmacks".

Nach dieser theoretischen Einführung bekamen die Teilnehmer die praktische Aufgabe, eine Reportage von 100 Zeilen über den „Mikrokosmos Bahnhofstraße" zu schreiben! Es galt ein Stimmungsbild zu malen aus den Interviews mit ansässigen Einzelhändlern, Ämtern, Passanten, aus Fakten und eigenen Impressionen. Eine Woche später traf man sich zur „Manöverkritik". Dabei wurden die vorab eingereichten Texte der Studierenden genauso besprochen wie die von PZ-Mitarbeiter Olaf Lorch geschriebene Reportage im PZ-Design.

Vier Studenten führten die Schreibwerkstatt für sich fort und berichteten über die folgenden Studium Generale-Vorträge; einige Texte sind in der PZ erschienen.

Interkulturelle Kompetenz

Deutschland ist maskulin. Schuld daran ist die gesellschaftlich ausgeprägte Orientierung an Leistung und Erfolg. „Was zählt, sind Fakten, Fakten, Fakten". Groß und schnell ist schön, „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser".

Die Deutschen gelten als die Besserwisser weltweit. Klar wurde dies den rund 30 Workshopteilnehmer/innen anhand eines von Frau Karla Eubel-Kasper gewählten Beispiels, bei dem ein schwedischer Regisseur und mehrere deutsche Filmfachleute über den neuesten Film des Schweden sprechen. Zur Überraschung des Schweden stellen die Deutschen sehr akribische Fragen und greifen den Vertreter der femininen Kultur nach dessen Auffassung richtiggehend an. Er empfindet die Deutschen als sehr aggressiv und verstummt zusehends, charakterisiert doch das Streben nach Konsens und Einigkeit das Volk aus dem hohen Norden. Die Stimmung ist dahin, beide Parteien sind unzufrieden. Schuld daran ist die fehlende oder unzulängliche interkulturelle Kompetenz. Das muss nicht so sein. Anhand weiterer praxisorientierter Fallbeispiele, Übungen und Rollenspiele wurde in dem Workshop im Sommersemester deutlich, dass Menschen unterschiedlicher Herkunft erfolgreich miteinander kommunizieren können. Hierzu ist die Auseinandersetzung mit dem Thema „andere Länder, andere Sitten" unabdingbar. Ist man sich dann der bestehenden Differenzen bewusst, so steht einer erfolgreichen interkulturellen Konversation nichts im Wege.

Maskulin und feminin können zum Glück doch miteinander.

Dressed for Business

Hüfthose und bauchfrei? Kostüm und Bluse? Weiße Socken in Turnschuhen? Oder: Nadelstreifen und Krawatte? – Was ziehe ich an, wenn ich ein Vorstellungsgespräch habe, eine Präsentation halten darf oder meine Karriereplanung vorantreiben möchte? Diese und andere Fragen beantwortete Monika Gensert beim Studium Generale-Workshop im Oktober 2004.

Der erste Eindruck zählt? Ja klar! Denn 90% aller Entscheidungen werden in den ersten drei bis fünf Sekunden gefällt. Zur Bildung einer Meinung bedarf es nur weniger Anhaltspunkte. Dabei werden 55% des Eindrucks, den eine Person hinterlässt, allein durch die Optik erreicht, wie der Sozialpsychologe Albert Mehrabian in seinen Untersuchungen herausfand.

Zunächst einmal sollte jeder sich die Fragen beantworten: Wo gehe ich hin? Mit wem habe ich es zu tun? Was will ich erreichen? Was will ich vermitteln? Dabei spielt die Wirkung von Farben eine Rolle. Dunkelblau wird beispielsweise als Farbe des Respekts angesehen, mehr noch als schwarz. Rot ist die Farbe der Macht. Wen wundert es da, dass Politiker – egal welcher Partei – gerne diese Krawattenfarbe wählen?

Aber auch Regeln wie die folgende galt es zu erlernen: Als einzige Frau unter Männern sollte die Frau einen Rock tragen. Als Frau unter Frauen sei es ratsam, eine Hose zu wählen. Frauen sollen mehr als Männer auf ihr Äußeres achten, da sie kritischer beurteilt werden. So trägt die Business-Frau von heute immer geschlossene Schuhe, geht niemals ohne Strumpfhose aus dem Haus und achtet auf ein dezentes Make-up. Nach dem 30. Geburtstag sollte das Haar nicht mehr jugendlich lang getragen werden, und ein Pony zeuge von wenig Durchsetzungsvermögen, so Monika Gensert. Untermalt wurden die verschiedensten Tipps und Tricks mit einer Vielzahl von anschaulichen Fotografien.

Zu guter Letzt gab es für die Studenten und Berufstätigen aus Pforzheim und Umgebung noch ein Skript als hilfreiches Nachschlagewerk.

Tischsitten rund um ein Drei-Gänge-Menü

Gute Manieren sind heute offenbar gefragter denn je. Das zumindest ließ der Ansturm auf den Workshop „Aber bitte nicht das Zitronenwasser trinken!" im April unter der Leitung von Ruth Wiora, Repräsentationstrainerin, vermuten. Die Nachfrage war derart groß, dass noch ein zweiter Termin im Juni angeboten wurde. Das Parkhotel unterstützte das Studium Generale dankenswerter Weise mit fach-

kundigem Personal und schönen Räumlichkeiten.

Der Abend begann mit einem kleinen Test, bei dem die Bedeutung von gängigen Begriffen wie „amuse gueule “, „Menü degustation“ oder „Sommelier“ abgefragt wurden. Die meisten Teilnehmer waren Studenten und Studentinnen der Hochschule. Zwar sind sie an derartige Stresssituationen gewöhnt, jedoch auf den Inhalt konnte sie bisher nur die Schule des Lebens vorbereiten. Sogleich entbrannte hier und da eine eifrige Diskussion oder wurde in alter Schulmanier vom Nachbarn abgeschrieben. Besser konnte der Einstieg in die Theorie des guten Benehmens nicht gelingen.

Nach gut zwei Stunden folgte die praktische Umsetzung des Gehörten mit dem Beginn des 3-Gang-Menüs. Bevor das Essen begann, wurde den Teilnehmern die richtige Platzierung des Tellers, der Gläser und des Bestecks gezeigt, so dass anschließend jeder seinen Platz eindecken durfte. Als Vorspeise wurden Spaghetti mit Miesmuscheln in Tomatensauce serviert. Weiter ging es mit der Hauptspeise, einer Regenbogenforelle aus der Eyach „Müllerin Art“ mit Butterkartoffeln und buntem Salatteller. Der Fisch wurde unter Anleitung von Frau Heidrich Wiora fachkundig zerlegt. Der krönende Abschluss war ein Grand Marnier Parfait mit Erdbeersalat. Während des Essens wurden auch Fragen beantwortet: Wann ist welches Besteck zu wählen? Warum darf ich nicht das Zitronenwasser trinken? Sollte das Brötchen geschnitten oder gebrochen werden? Was ist ein Göffel? So konnte doch das eine oder andere Fettnäpfchen der Zukunft von vorneherein ausgeschaltet werden.

Die Autorinnen
Tanja Hasselmann, Natascha Oechsler und Uta Weber engagieren sich in der Studentischen Arbeitsgruppe des Studium Generale und waren mitverantwortlich für die Workshops.

MENSCHEN DIE WIR MIT
ENERGIE UND WASSER VERSORGEN

STROM
FERNWÄRME
ERDGAS
TRINKWASSER
TELEKOM

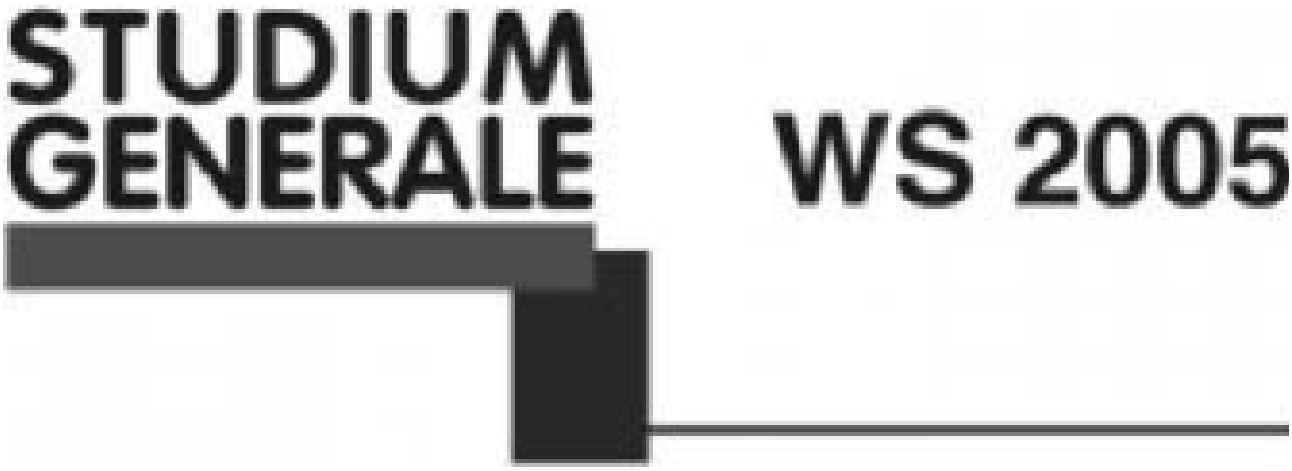
Die SWP bieten mehr als nur Wasser oder Strom. Wir versorgen seit vielen Jahren über 70 000 Kunden mit Erdgas, Strom, Fernwärme und Trinkwasser. Preiswert, zuverlässig und mit tollem Service.
SWP. Gut versorgt aus einer Hand.

ServiceLine 800 797 39 39 39*
www.stadtwerke-pforzheim.de

*Der Anruf ist kostenfrei.

SWP FÜR PFORZHEIM | FÜR DIE REGION

Programm Studium Generale im Wintersemester 2005



Vortragsreihe

Mittwoch, den 19. Oktober 2005
Gregor Staub, Gedächtnistrainer
Entdecken Sie das „achte Weltwunder“ – Ihr Gedächtnis!

Mittwoch, den 26. Oktober 2005
Prof. Dr. Michael Hüther
Direktor des Instituts der Deutschen Wirtschaft Köln
Perspektiven der Europäischen Integration: Binnenmarkt oder Politische Union?

Mittwoch, den 9. November 2005
Menno Harms
Geschäftsführer Hewlett-Packard Deutschland
Globaler Wettbewerb – wo liegen unsere Chancen?

Im Rahmen des Technik-Forum 2005 der Max und Erni Bühler-Stiftung

Mittwoch, den 16. November 2005
Prof. Dr. Volker Schmidt,
Universität Freiburg
Faszinierende Physik – ein Streifzug mit beeindruckenden Demonstrationen

Jeweils 19.00 Uhr,
Walter-Witzenmann-Hörsaal,
Hochschule Pforzheim
Tiefenbronner Straße 65

Workshops

Donnerstag, 27. Oktober 2005,
17.00 bis 20.30 Uhr
Prof. Dr. Kirsten Wüst
Rettung in der Informationsflut – Mit Mindmapping zu mehr Erfolg in Studium und Beruf
Z 2 Bibliotheksgebäude
Ansprechpartner: Markus Boltz
(bolmar@fh-pforzheim.de)

Donnerstag, 3. November 2005,
9.00 bis 13.00 Uhr
Peter Frank
Vier Ecken für Ihr Wohlbefinden – Mit Feng Shui vom Wohnraum zum Lebensraum
Z 2 Bibliotheksgebäude
Ansprechpartnerin: Ulrike Braun
(braulr01@fh-pforzheim.de)

Donnerstag, 8. Dezember 2005,
15.00 bis 17.00 Uhr
Schätze im gläsernen Würfel – Führung durch das neue „Kunstmuseum Stuttgart“
Treffpunkt im Museum, Kleiner Schlossplatz 13, 70173 Stuttgart
(www.kunstmuseum-stuttgart.de)
Ansprechpartnerin: Lena Peter
(lena.peter@gmx.de)

Für die Workshops erheben wir eine Gebühr von 10 Euro. Wir bitten um eine verbindliche Anmeldung bei Frau Marks (monika.marks@hs-pforzheim.de).

Interdisziplinäre Managementforschung

Veröffentlichung in Kooperation mit der Universität in Osijek

von Claudia Gerstenmaier

Seit über 25 Jahren pflegen die J.J.-Strossmayer-Universität in Osijek und die Hochschule Pforzheim eine interkulturelle wissenschaftliche Zusammenarbeit. Das war nicht immer leicht. Völlig unterschiedliche politische Rahmenbedingungen, unterschiedlicher Zugang zu Informationen, unterschiedliche Vorstellungen über Wissenschaftlichkeit belasteten die Zusammenarbeit über große Strecken erheblich. Diese Belastungen wurden aber mehr als ausgeglichen durch Menschlichkeit und Gastfreundschaft beider Seiten und das unermüdliche Bemühen gelegentlich auch einiger Weniger um die Aufrechterhaltung der Beziehungen.

Die Buchpräsentation: Professor Matthias Kohlmann, Prorektor für Öffentlichkeitsarbeit und Internationalisierung der Hochschule Pforzheim und Professor Dr. Drazen Barkovic, Leiter des Postgraduiertenstudiums Management in Osijek.

Seit der Hinwendung Kroatiens zum Beitrittsprozess zur Europäischen Union sind beide Seiten einander nochmals ein großes Stück näher gerückt. Im internationalen Wettbewerb ist es heute wichtig zu forschen, die Ergebnisse zu veröffentlichen und leistungsfähige Masterprogramme anzubieten. Die Bedeutung dieser Ziele für die Hochschulen in Pforzheim und Osijek wird dokumentiert mit dem Ende April vorgestellten Buch „Interdisziplinäre Managementforschung, Interdisciplinary Management Research“. Das knapp 500 Seiten starke Werk enthält Beiträge von Kolleginnen und Kollegen aus Osijek und Pforzheim sowie herausragende Masterarbeiten von Osijeker Studentinnen und Studenten. Knapp 30 Aufsätze zu den Themenbereichen Finanzierung und Rechnungswesen, Projektmanagement, Organisation, Quantitative Methoden, Qualitätsmanagement und Allgemeines Management umfasst das Buch. Die veröffentlichten Beiträge sind in Englisch oder in Deutsch verfasst.

Bei einem Treffen der Freunde in Pforzheim wurde das Ergebnis angemessen gefeiert. Und alle, die einen Beitrag zum Buch geleistet hatten, waren schon ein wenig stolz auf das erneut gelungene Projekt.

Auf die gelungene Kooperation zwischen den Hochschulen in Osijek und Pforzheim: Professor Dr. Drazen Barkovic überreicht Professor Matthias Kohlmann Weinpräsente.

Die Autorin
Dr. Claudia Gerstenmaier leitet die Pressestelle der Hochschule.

Erste Hochschulstiftung gegründet

Claus und Brigitte Meyer - Stiftung vergibt Thomas-Gulden-Preis

Der Rektor der Hochschule, Professor Dr. Ralph Schieschke, Ingrid und Professor Dr. Claus Meyer und Prorektor Professor Matthias Kohlmann.

Nach der Genehmigung durch das Regierungspräsidium Stuttgart und dem Bescheid des Finanzamtes Stuttgart konnte die gemeinnützige „Claus und Brigitte Meyer-Stiftung" ins Leben gerufen werden. Zweck der Stiftung ist es, Wissenschaft und Forschung, Bildung und Erziehung zu fördern und bedürftige Studierende der Hochschule Pforzheim zu unterstützen. Realisiert wird dies durch die Verleihung des Thomas-Gulden-Preises und die Vergabe von Zuschüssen. Die von den Eheleuten Claus und Brigitte Meyer gegründete Stiftung wird mit einem Stiftungskapital von rund 300.000 Euro ausgestattet. Die Stiftung geht auf die Initiative des emeritierten Professors Dr. Claus Meyer zurück und umfasst

(1) die Verleihung des Thomas-Gulden-Preises für hervorragende Studienleistungen und/oder eine ausgezeichnete Diplom-/Masterarbeit aus dem Gebiet des Controlling, Finanz- und Rechnungswesen an einen oder mehrere Studierende.

Der Preis wird zur Erinnerung an den ehemaligen Studenten Thomas Gulden und dessen Persönlichkeit verliehen.

(2) die Vergabe von Zuschüssen und ähnlichem an Studierende, insbesondere an in Not geratene, zur Fortsetzung und erfolgreichem Abschluss ihres Studiums.

Jede preisgekrönte Diplom-/Masterarbeit soll in der Schriftenreihe der MEYER-STIFTUNG im Verlag Wissenschaft & Praxis Dr. Brauner GmbH veröffentlicht werden.

Professor Dr. Claus Meyer war nach Tätigkeiten in der Finanzverwaltung, der Landeszentralbank, der Wirtschaftsprüfung und dem Studium mit Promotion an der Universität Mannheim von 1970 bis 2002 im Studiengang Controlling, Finanz- und Rechungswesen der Hochschule tätig. Zu seinen Lehrgebieten gehörten insbesondere Jahresabschluss einschließlich Konzernrechnungslegung und internationale Rechnungslegung, Bilanzanalyse und Finanzierung. Er war in vielfältiger Weise in der Selbstverwaltung der Hochschule engagiert. Über viele Jahre war er Mitglied im Prüfungsamt, im Studien- und Prüfungsausschuss und im Senat. Mehrfach nahm Professor Dr. Meyer die Funktion des Studiengangs- bzw. des Fachbereichsleiters wahr.

Eine Vielzahl von Veröffentlichungen, vor allem zu aktuellen Fragen der Bilanzierung, darunter sieben Bücher (inkl. PC-Übungsprogramm) in 29 Auflagen sowie mehr als 60 Beiträge in Zeitschriften und Sammelwerken, umfasst sein publizistisches Werk. Zu den Standardwerken gehört das Buch „Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht unter Einschluss der Konzernrechnungslegung und der internationalen Rechnungsle-

Konstituierende Sitzung des Kuratoriums und Vorstands am 10. Juni 2005 im Parkhotel in Pforzheim: Wolfgang Beyerle, Professor Dr. Martin Erhardt, Dr. Klaus Wolf, Brigitte Meyer, Professor Dr. Claus Meyer, Sabine Gehring, Wolfgang Scheidtweiler und Thomas Karcher.

gung“, das bereits in der 16. Auflage erschien.

Ein Kuratorium überwacht die Tätigkeit der Stiftung und legt die Leitlinien der Förderung fest. Diesem Gremium gehören folgende Persönlichkeiten an: Brigitte Meyer, Stuttgart; Wolfgang Beyerle, Südwestbank AG, Heilbronn; Professor Dr. Martin Erhardt, Hochschule Pforzheim; Thomas Karcher, Kies und Beton AG, Baden-Baden; Wolfgang Scheidtweiler, Brauhaus Pforzheim GmbH, Pforzheim; Dr. Klaus Wolf, Daimler-Chrysler AG, Stuttgart.

Zum geschäftsführenden Vorstand der Stiftung wurde Professor Dr. Meyer, Bernsteinstr. 102, 70619 Stuttgart, bestellt. WP/StB Diplom-Betriebswirtin (FH) Sabine Gehring übernimmt die Stellvertretung.

Das Konto der Stiftung wird bei der Südwestbank AG unter der Nr. 505 777 002, Bankleitzahl 600 907 00, geführt. Spendenbescheinigungen zur steuerlichen Abzugsfähigkeit als Sonderausgaben werden auf Wunsch gerne erteilt.

Sie können die MEYER-STIFTUNG als Mäzen nachhaltig unterstützen. Damit werden Sie in Anerkennung Ihrer Verdienste

- in die Liste der Mäzene aufgenommen,
- mit einer Urkunde ausgezeichnet,
- den jährlichen Rechenschaftsbericht zugesandt bekommen und
- ein Freiexemplar jeder veröffentlichten Diplom-/Masterarbeit erhalten.

Kontakt:
Claus und Brigitte Meyer-Stiftung – Bernsteinstr. 102, 70619 Stuttgart,
Telefon/Fax: 0711/4411488
E-Mail: claumey@gmx.net,
claus.meyer@hs-pforzheim.de
Internet: www.hs-pforzheim.de

Thomas Gulden (1978 – 2003)

Thomas Gulden wurde am 15. März 1978 geboren. Er besuchte die Grundschule in Lomersheim bei Mühlacker von 1985 bis 1989 und die Mörike-Realschule in Mühlacker von 1989 bis 1995. Er schloss die Schulbildung mit dem Erwerb der Fachhochschulreife an dem Berufskolleg I und II der Georg-Kerschensteiner-Schule in Mühlacker im Jahre 1997 ab.

Nach seinem ersten Praxissemester studierte er an der Hochschule Pforzheim im Studiengang Controlling, Finanz- und Rechnungswesen und erhielt am 24. Januar 2003 seine Diplom-Urkunde. Sowohl in der Gesamtnote als auch im Studienschwerpunkt erhielt er das selten erreichte Prädikat „sehr gut“. Seine rund 200 Seiten umfassende Diplomarbeit über das Thema „Risikoberichterstattung in den Geschäftsberichten der deutschen Automobilindustrie“ schrieb er bei Professor Dr. Claus Meyer. Sie wurde mit der Note 1.0 bewertet und auszugsweise als Heft 108 in den „Beiträge der Hochschule Pforzheim“ veröffentlicht.

Aufgrund der angeborenen und fortschreitenden Muskelerkrankung (Muskeldystrophie Duchenne) saß Thomas Gulden seit seinem 10. Lebensjahr im Rollstuhl. Während des Studiums wurde er von Zivildienstleistenden begleitet und betreut. Seine Diplomarbeit fertigte er mit Hilfe einer Bildschirmtastatur an, deren Tasten jeweils durch Mausklick aktiviert werden.

Thomas Gulden verstarb am 11. April 2003 im Alter von 25 Jahren an der tödlichen Krankheit, deren Verlauf er kannte. Posthum wurde er mit dem Förderpreis der Firma Laboratoire Labothene Cosmethique GmbH & Co KG für seine herausragende Diplom-Arbeit, die in besonderem Maße Theorie und Praxis mit einander verbindet, ausgezeichnet. Seine Mutter nahm für ihn im Auditorium Maximum der Hochschule am 15. Mai 2003 den Preis entgegen. Seinem Wunsch entsprechend wurden mit diesem Preis, wie mit seinem gesamten Vermögen, humanitäre Organisationen unterstützt.

Wellness-Marketing im Schwarzwald

Jahrestagung der Marketingprofessoren an Fachhochschulen

von Robertine Koch und Carmen Schuster

Bei der Jahrestagung des Arbeitskreises für Marketingprofessoren an Fachhochschulen (AFM) im April erwies ein erlesener Kreis hochkarätiger Marketingexperten und -expertinnen der Stadt und dem badischen Umland die Ehre. Mit dem Ziel, sich intensiv dem Thema „Wellness und Gesundheit – Marketingkonzepte für einen Zukunftsmarkt“ zu widmen, hatte Gastgeber Professor Dr. Konrad Zerr mit Unterstützung des Marketing-Absolventen Nikolaus Reuter ein sehr interessantes und abwechslungsreiches Programm zusammengestellt. Fachliche Vorträge und Beispiele aus der Praxis ergänzten sich zu einer rundum gelungenen „Wellness-Tagung“.

Auftakt der Tagung am Donnerstag war die Besichtigung des Klosters Maulbronn, das als Weltkulturerbe der UNESCO allgemeine Begeisterung hervorrief. Das beeindruckende Ambiente bot den optimalen Rahmen, um mit dem Vortrag von Bernd Eberle, ausgewiesener Experte im Wellness-Marketing, in die Thematik einzusteigen.

Prachtvolle Kulisse im Sonnenuntergang: das Schlosshotel Bühlerhöhe.

Das gemeinsame Essen im historischen Restaurant Klosterschmiede nutzten die Teilnehmer für erste Fachsimpeleien und persönliche Gespräche; viele Kollegen kennen sich von einem der früheren Treffen, zu denen jedes Jahr an einen anderen Fachhochschulstandort eingeladen wird. Manch einer ließ danach den Abend noch bei einem guten Tropfen an der Hotelbar des Parkhotels ausklingen.

Am Freitag stand ein vielseitiges Programm auf der Tagesordnung,

Mehr als 30 Marketingprofessoren aus ganz Deutschland trafen sich im Schwarzwald.

das mit einem Blick hinter die Kulissen der Firma LA BIOSTHETIQUE Paris begann. LA BIOSTHETIQUE bietet mit seinen innovativen Produkten eines der modernsten ganzheitlichen Konzepte im Bereich der hochwertigen Kosmetik und ist als Pforzheimer Unternehmen somit ein Highlight direkt vor Ort. Bei der Besichtigung des Labors und der Produktion sorgte die Haaranalyse für allgemeine Erheiterung und offenbarte den mutigen Freiwilligen, dass sie demnächst das ein oder andere ihrer kostbaren Haare verlieren würden.

Geschäftsführer und Absolvent des Studiengangs Marketing, Jean-Marc Weiser, sprach in seinem brillanten Vortrag über das Erfolgsprinzip des Unternehmens sowie über die einzigartige Aus- und Weiterbildungsakademie und wusste das kritische Publikum gekonnt von seiner Marketing-Strategie zu überzeugen. Seine Einladung auf ein Gläschen Sekt wurde gerne angenommen, bevor es weiter nach Karlsruhe ging, wo man bei Sonnenschein vor der herrlichen Kulisse des Karlsruher Schlosses die Mittagspause genoss.

Einen weiteren Höhepunkt bot Birgit Schuhbauer, Geschäftsführerin Consumer Health Care bei Pfizer, mit ihren umfassenden Überlegungen zum Thema „Wellness im Gesundheitsmarkt“. Besonders ihre Prognosen zur zukünftigen Entwicklung dieses Bereiches wurden vom Publikum mit großem Interesse aufgenommen. Ihr Kollege Peter Teich, Leiter Marketing der strategischen Geschäftseinheit Urologie, Klinik, Atemwege und Onkologie, schilderte anschließend äußerst unterhaltsam die Viagra-Erfolgsstory – ein Lehrbuchbeispiel erfolgreicher Markterschließung. Die Hintergründe zur Errektilen Dysfunktion (allgemein bekannt als Impotenz) und der Launch der Potenzpille begeisterten nicht nur die Herren im Publikum.

Mit den Worten Mark Twains „Hier im Friedrichsbad vergessen Sie nach 10 Minuten die Zeit und nach 20 Minuten die Welt…“ wurden die Teilnehmer in Baden-Baden von Simon Rank, Betriebsleiter der Carasana GmbH, empfangen. Die Führung durch die historischen Anlagen der irisch-römischen Thermalanlagen des Friedrichsbades und der Caracalla-Therme ließ den Wellness-Gedanken wahrhaft erlebbar werden.

Dr. Volker Hell nimmt eine Haarprobe bei Professor Dr. Lutz Schminke von der FH Fulda. Interessierte Zuschauer: der Gastgeber der Jahrestagung, Professor Dr. Konrad Zerr, LA BIOSTHETIQUE-Juniorchef Jean-Marc Weiser, Professor Dr. Günter Buerke von der FH Jena und Professorin Dr. Miriam Yom von der FH Hildesheim/Göttingen.

Während der Busfahrt zum Schlosshotel Bühlerhöhe zeigte sich der Schwarzwald von seiner schönsten Seite und gliederte sich als „Wellness für die Sinne“ nahtlos in die Tagungsthematik ein.

Eingebettet in einen großen Schlosspark präsentiert sich die renommierte Bühlerhöhe als erstklassiges Spa-Resort mit einem exklusiven Angebot im Bereich Wellness und Health. Bei einem Rundgang durch die Wellness-Oase stellte Verkaufsdirektor Stephan Jablonski das Wellnesskonzept des Hotels vor und gab einen Ausblick auf die künftige Entwicklung des Themas Wellness in der Hotellerie.

Abschließend bot die Sterne-Küche der Bühlerhöhe bei einem Buffet die Gelegenheit, Körper und Geist in stilvoller Atmosphäre in Einklang zu bringen.

Inspiriert vom Schloss-Ambiente war für viele ein Besuch in der Pforzheimer Prinzenbar der passende Abschluss dieses Abends. Mit vielen neuen Eindrücken ging die Tagung am Samstagvormittag zu Ende, und für die Teilnehmer blieb die Erkenntnis: mens sana in corpore sano.

Die Autorinnen
Robertine Koch und Carmen Schuster sind Absolventinnen des Studiengangs Betriebswirtschaft/Werbung und Assistentinnen im Fachbereich Marketing und Kommunikation. Sie beginnen im Oktober mit ihrem Masterstudium Communication Management.

„Kult und Kommerz gehören zusammen“

REFILL 05 – the brand event: ein voller Erfolg für die werbeliebe und die Hochschule

von Manuela Geier

Erstklassige Vorträge, interessante Workshop-Themen und eine interaktive Erlebnisausstellung begeisterten fast 600 Teilnehmer und Gäste von REFILL 05 – the brand event. Einzigartig im süddeutschen Raum, hat sich der Markenkongress der studentischen Agentur werbeliebe als feste Größe etabliert. Der zum sechsten Mal in Folge gebrochene Teilnahmerekord bestätigt die studentischen Organisatoren und das ausgefeilte Konzept des Markenkongresses. „Was macht eine Marke zum Kult und wo fängt Kommerz an?“ Über Marken als Ikonen unserer Zeit diskutierten renommierte Persönlichkeiten aus Werbung, Marketing und Forschung mit Studierenden, Ehemaligen und Professoren.

REFILL 05 als Dialogplattform: Studierende im Gespräch mit Trendforscher Wippermann (l.) und Agenturchef Waibel (r.).

Zum ersten Mal „seit es REFILL gibt“, gab ein renommierter Designer Einblicke in seine Arbeit. Thomas Gerlach, Professor für Industrial Design im Hochschulbereich Gestaltung, bestätigte in seinem brillanten Vortrag, dass Designer zwar davon träumen, echte Kultgegenstände zu gestalten, Kommerz aber entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg sei. Augenzwinkernd fügte er hinzu, dass heimlicher Stolz dem Ego des Designers ebenfalls gut tue.

„Kult und Kommerz gehören für mich zusammen“, brachte Professor Peter Wippermann den Tenor des Markenkongresses auf den Punkt. Der Hamburger Trendforscher leitete seinen spannenden Vortrag mit dem Beispiel der Kultmarke Harley Davidson ein: „Wir verkaufen ein Lebensgefühl und dann bekommt man noch ein Motorrad dazu.“ Diese Aussage beschreibt eine der erfolgreichsten Marketingstrategien. Weiter zeigte Wippermann die Entwicklung hin zur „Schwarm-Intelligenz“ auf. Dies bedeutet, dass Fremdanerkennung wichtiger als Selbstachtung geworden ist, was sich auch in den heutigen Kultmarken widerspiegelt. Für ihn sei dies das Ende des Kultmarketings und der Loyalität zur Marke. „Sie möchten Loyalität? – Kaufen Sie sich einen Hund!“, so das Fazit des Trendforschers.

Auf die Frage, was Kult ausmacht und wo Kommerz anfängt, antwortete Marc Sasserath, Gründer und Ge-

Das Refillteam.

schäftsführer von Publicis · Sasserath mit der Gegenfrage: „Was bringt mir ein kultiges Produkt, wenn es keiner kauft?“ Eindrucksvoll unterteilte er Kult in Klassiker, die sowohl in der Vergangenheit als auch in der Zukunft ihren festen Platz haben werden, sowie in Kult-Produkte, die sehr speziell konzipiert sind und in kultige Produkte, die die breite Masse ansprechen.

Cathrin Robertson, Leiterin für Marketing bei Levi`s, verwies auf die Jahrhunderte währende Tradition der Jeansmarke. Sie zeigte auf, wie das starke Vertrauen in die Qualität der Marke den heutigen Kultstatus sichert. So suchen Mitarbeiter weltweit nach Levi`s-Jeans aus der Zeit, in der Jeans noch wirkliche Arbeiterhosen waren. Jede erzählt ihre individuelle Geschichte. Nachbildungen der Originale werden an Liebhaber zum kultigen Preis von 501 Euro verkauft.

Ein ganz anderes Konzept stellte Mareile Seifert, Leiterin Commercial Marketing von MTV, vor. Der weltweit operierende Musiksender sichert sich durch immer neuartige und gewagte Formate seinen Kultstatus.

Begleitet wurde die Vortragsreihe von der Firmenkontaktmesse, bei der sich auch die Hauptsponsoren KRAFT FOODS und ICON ADDED VALUE präsentierten. Sie suchten den Dialog mit den Studierenden und den Gästen aus strategischer und kreativer Praxis.

Zur Interaktion wurden die Besucher bei der Erlebnisausstellung angeregt. Der fließende Übergang zwischen den Extremen „Kult“ und „Kommerz“ wurde dem Publikum durch Themen wie „Trend macht Marke – oder Marke macht Trend“ und „Guerilla im Selbstversuch“ näher gebracht.

Zum ersten Mal fand auf Grund vielfachen Interesses eine Fragestunde zum Thema „Kreative Jobs in der Werbung“ statt. Lars Huvart wurde zum „Kreativen mit dem Loch im Bauch“ für zahlreiche Studierende mit ihren Fragen zur Praxis.

Ihr kreatives Können stellten die Studierenden in vier Workshops unter Leitung deutscher Topagenturen unter Beweis. Peter Waibel von der Werbeagentur Jung von Matt/Neckar forderte die Studierenden zur Erstellung einer Werbekonzeption für einen großen Reiseveranstalter auf. Mit der strategischen und kreativen Umsetzung der Produktideen „Diskoflug“ und „Oma umsonst“ profilierten sich die Pforzheimer Studierenden.

Top-Referenten vor einem aufmerksamen Auditorium.

Auch bei Lars Huvart von Ogilvy & Mather ging es um das Thema Reisen. In seinem Kreativworkshop sollte die Kampagne zum fiktiven Trend: „Fliegen im Liegen“ ausgearbeitet werden.

Eine ganz andere Aufgabe stellte die Agentur TBWA. Dr. Sven Becker gab Einblicke in die „Disruption“-Technik. Von den Studierenden wurde eine Marktdurchdringungsstrategie für eine Marke der Kosmetikbranche entworfen. „Für uns ist die Teilnahme an REFILL 05 eine phantastische Möglichkeit, mit dem Nachwuchs der Kommunikationsbranche in Dialog zu treten. Dialog heißt, dass wir von den Studierenden frische Gedanken erhalten und gleichzeitig Themen wie Disruption oder Brand Entertainment von uns erlebbar gemacht werden. Eine perfekte Win-Win-Situation“, freute sich Becker.

Der Storytising-Workshop unter Leitung von Helge Ulrich und Georgius Simoudis von der Werbeagentur Visualis in Pforzheim stellten die Teilnehmer vor die Aufgabe, eine Marke alleine durch die Erzählung einer Geschichte zu positionieren. Begeistert nahmen die Studierenden diese etwas andere Aufgabe an. Die Sieger-Kampagnen jedes Workshops wurden unter viel Beifall am Freitag im Audimax präsentiert.

Begleitend fand auch in diesem Jahr das Alumni-Treffen des Fachbereichs Marketing und Kommunikation statt: eine ideale Kombination zwischen Ehemaligen-Treffen und dem Dialog mit der Branche.

Den traditionellen Abschluss von REFILL 05 – the brand event bildete wie jedes Jahr die REFILL-Party am Freitagabend. Studierende, Referenten, Workshopleiter und Professoren ließen den erfolgreichen Event gebührend ausklingen.

Die Autorin
Manuela Geier studiert im 6. Semester Betriebswirtschaft/ Markt- und Kommunikationsforschung und war bei REFILL 05 – the brand event für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich.

Fashionevent Avantgarde

Nachwuchsdesigner aus ganz Deutschland im ZKM

von Gerda Maria Ott

Die erste gemeinsame Modenschau von fünf renommierten Hochschulen im ZKM fand in einer anregenden und spannenden Atmosphäre statt, und die Ausstellung der Designer war informativ und in ihrer Konzeption außergewöhnlich. Mit diesem einmaligen Fashionevent haben wir einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung unternommen, der Wunsch nach Wiederholung und Fortführung dieser Idee wurde vielfach ausgesprochen. Unser Anliegen, jungen begabten Nachwuchsdesignern eine Plattform zu bieten und gleichzeitig die Information über das cfa-Projekt in Deutschland zu übermitteln, wurde nicht nur angenommen, sondern begrüßt.

Das CONTEMPORARY FASHION ARCHIVE (cfa) ist ein EU-Projekt, welches innovatives Modedesign und deren interdisziplinäre Vernetzungen mit modernen Medien darstellt. Die Arbeit daran steht am Anfang und wird sich kontinuierlich fortsetzen und weiterentwickeln.

Die Autorin
Gerda Maria Ott ist Professorin im Studiengang Mode.

Ausstellung. LittleRedRidingHood. www.LittleRedRidingHood.de.
Foto: Petra Jaschke.

Die Kollektion der Hochschule Pforzheim von Stefanie Scherer und Maike Hinsberg. *Foto: Harald Koch*

Contemporary Fashion Archive

Erste internationale Online-Plattform mit Informationen zur zeitgenössischen Mode

von Andreas Bergbaur

Mit der Gründung von Unit F vor drei Jahren nahm eine längerfristige Förderungsstrategie für zeitgenössische Modedesigner in Österreich Gestalt an. Das war ein wichtiger Schritt und ein notwendiges Angebot an Designer und Modeschaffende in Wien. Gleichzeitig stellte sich jedoch die viel umfassendere Frage, welche Institution, welches Museum widmet sich der Sammlung, der Vermittlung und der wissenschaftlichen Aufarbeitung gegenwärtigen Modeschaffens? Wo können Studenten oder Modeschüler für ihr Studienprojekte recherchieren, an wen wenden sich Journalisten oder Kuratoren, um ihr Fachgebiet zu vertiefen? Wer vermittelt überhaupt, womit sich gegenwärtig Modedesigner auseinandersetzen, was sie beschäftigt, was Mode grundsätzlich heute ausmacht?

Seit Mitte der 90er Jahre hatte die Mode eine neue Position innerhalb der visuellen Kultur geschaffen, indem sie sich immer mehr der neuen Medien bediente. Die Koppelung der Mode an die Medien bedeutet nicht nur eine massive Erweiterung der Gestaltungsmöglichkeiten der Modedesigner, sondern qualifiziert Mode auch zum Experimentierfeld und Transportmittel für neue ästhetische, konzeptuelle, technologische und kooperative Praktiken, wie man an grenzüberschreitenden Gemeinschaftsprojekten von Designern mit anderen Künstlern sehen kann. Das aktuelle und internationale Spektrum der verschiedenen Formen der Mediatisierung von Mode zeigt ihre produktiven Reibungen mit anderen Sparten der gegenwärtigen audio-visuellen Kultur, wie Kunst, Film, Fotografie, elektronische Musik und Graphic Design bis hin zu Architektur oder Industrial Design.

Trotz des weltweiten Hype von interdisziplinären Konzepten für Modeausstellungen und Präsentationen blieben Österreichs Museums- und Wissenschaftsinstitutionen „unmodisch“. Die Modebiennalen oder Festivals wie in Florenz mit Stars aus der Mode- und Kunstszene, neuen Design- und Modemuseen mit angeschlossenen Sammlungen in London, Antwerpen, Utrecht oder Marseille sowie das verstärkte Fokussieren auf Gegenwärtiges in traditionellen Institutionen wie dem Musée de la Mode in Paris, dem Viktoria and Albert Museum in London oder dem FIT in New York, belegen diese internationale Entwicklung, die mit einer Welle an wissenschaftlichen Publikationen und einer Flut an populärwissenschaftlichen Modebüchern einherging. Sie rollte beinahe folgenlos an uns vorbei – die Ausnahmen kamen von freien Häusern oder Festivals wie die Ausstellung Mode in den Medien der 90er Jahre im Wiener Künstlerhaus 1999 und die Rudi-Gernreich-Ausstellung ‚Fashion goes out of Fashion’ beim Steirischen Herbst 2000. Doch bis heute sah beziehungsweise sieht sich keine Institution, kein Museum verpflichtet, inhaltlich, sammlungsmäßig und vermittelnd das Thema Mode des 20. und 21. Jahrhunderts mit all seinen populärkulturellen Aspekten und interdisziplinären Verbindungen zu beherbergen und kontinuierlich zu verfolgen.

Diese Situation war für Unit F ausschlaggebend, diesem unbefriedigenden Zustand Abhilfe und einen Ort für die Beschäftigung und Auseinandersetzung mit Modedesign zu schaffen, Verbindungen zu internationalen Institutionen herzustellen, den Austausch mit Designern und Theoretikern zu initialisieren – das Projekt CFA – Contemporary Fashion Archive zu starten. Nach 15monatiger Vorarbeit erfolgte im Mai 2002 der offizielle Projektbeginn, ausgestattet mit einer 3-Jahres-Förderung durch das EU Programm Kultur 2000, dessen Jury das CFA Konzept unter die fünf besten von über 100 reihte.

Die wesentlichste Aufgabenstellung für das CFA war und ist es, eine Form zu entwickeln, die zeitgenössische Modeproduktion mit samt ihren Inhalten und vernetzten Arbeitsstrategien darstellt, die Arbeit von Designern nicht auf den Output von Kollektionsteilen und Laufstegfotos reduziert, sondern das spiegelt, was die zeitgenössische Mode ausmacht. Seit Rei Kawakubo – Comme des Garçons, Helmut Lang und Martin Margiela haben Modedesigner ihr Arbeitsfeld radikal erweitert. Im Vordergrund steht ein klares ästhetisches Empfinden, eine ausdrucksstarke Visualisierung von Ideen und Vorstellungen, die weit über das Bekleidungsstück und seine bloße Abbildung hinaus geht. Präsentationen und deren Sound- und Architekturkulissen, die Entwicklung von Corporate Identities und Werbekampagnen oder die Gestaltung von Flag Ship Stores stehen gleichwertig neben dem Modeprodukt. Zeitgenössische Modedesigner gehen verstärkt Verbindungen mit angrenzenden Sparten der gegenwärtigen visuellen Kultur ein und wirken so als Katalysatoren für künstlerische Kooperationen. Beispiele dafür sind die Kooperationen von Helmut Lang mit den Künstlerinnen Jenny Holzer und Louis Bourgeoise, die Entwicklung eines Counters von Marc Newson für den Shop von Walter van Beirendonck, das Video von Mark Borthwick für die Kollektionspräsentation von Martin Margiela, Raf Simons Ausstellungsprojekt The Fourth Sex gemeinsam mit Biennalekurator Francesco Bonamie, die herausragende Gestaltung der Comme des Garçons Shops durch das Architekturteam Future Systems oder durch den Künstler Kris Ruhs sowie die Zusammenarbeit des österreichischen Designteams fabrics interseason mit Musikern, die den Sound für ihre Kollektionspräsentationen produzieren. So rankt sich oft ein Netz von Designern, Künstlern, Architekten, Musikern, Fotografen, Stylisten, Grafikern bis hin zu Technikern und Naturwissenschaftlern um Modeschaffende und dieser Dialog, diese Kollaboration von mehr oder weniger künstlerischen Disziplinen hat nicht nur die Mode selbst und ihre ästhetischen Aussagen verändert, sondern auch ihren kulturellen Stellenwert.

Eine zeitgemäße Erfassung des Themas erfordert, auf diese neuen Arbeitsweise sowie auf die grundsätzliche Veränderung in der Wahrnehmung und Rezeption von zeitgenössischem Modedesign zu reagieren. Und all das unter Einbeziehung jener Mittel, deren sich die Modedesigner

bedienen. Das Konzept des CFA unterscheidet sich dementsprechend grundlegend von der Struktur existierender Modesammlungen, die nach wie vor dem Objekt Kleidungsstück verhaftet sind.

Das Contemporary Fashion Archive selbst ist auf Basis dieser Netzwerke konzipiert und agiert als Kooperationsprojekt von fünf renommierten europäischen Modeinstitutionen und Modeausbildungsstätten. Um ein klar definiertes Bild über zeitgenössische Modeproduktion zu erstellen und tief greifende Informationen zu Designern, ihren Arbeiten und Networks anzubieten, suchte Unit F Partner in ganz Europa. Diese CFA-Partnerinstitutionen zeichnen sich durch ihre Beiträge zur gegenwärtigen Modeentwicklung aus und bringen ihr Netzwerk in das Projekt ein. Das Central Saint Martins College of Art and Design hat mit seiner umfassenden Ausbildung (Womenswear, Menswear, Textiledesign, Fashion Management, Fashion Communication, Fashion Research Center) und seinen erfolgreichen Absolventen wie Alexander McQueen, Hussein Chalayan oder John Galliano maßgeblichen Einfluß auf das zeitgenössische Modegeschehen. Als Projektleiter für CSM fungieren Lee Widdows, Course Director of Fashion Communication und Christopher News, Course Director of Men's Fashion. Das Flanders Fashion Institute (FFI) schuf in engster Zusammenarbeit mit der Modeabteilung der Königlichen Akademie in Antwerpen und mit seiner konsequenten Ausbildungsarbeit, seiner klaren Imagepositionierung des belgischen Designs sowie mit seiner überzeugenden Öffentlichkeitsarbeit (das No. A-Z Magazine und das neu eröffnete MoMu-Modemuseum Antwerpen) eine unverzichtbare Position innerhalb der europäischen Modeszene. Die Inhalte für das FFI kuratierte Gerdi Esch, Mitbegründerin und Leiterin des Flanders Fashion Institutes. Martin Margiela oder Ann Demeulemeesters haben längst Modegeschichte geschrieben, und eine Phalanx von jungen belgischen Designern wie Raf Simons, Veronique Branquinho oder Bernhard Willhelm erkämpften sich ihren Platz.

Eine ähnlich eng verwobene Struktur baute das Fashion Institute Arnheim unter der Leitung von Angelique Westerhof auf. Neben seinem Postgraduate Lehrgang für Modedesigner unterstreicht das FIA mit internationalen Präsentationen während der Haute Couture in Paris und europaweiten Aktivitäten wie bei der Alta Moda in Rom oder dem Moet Tribute to the Dutch Fashion Foundation seine Bedeutung für die zeitgenössische Mode. Die Niederländische Modeszene selbst zeichnet sich durch ein dichtes Netzwerk von Designern, Fotografen, Grafikern, Journalisten, Kuratoren und Strategen aus, zu deren wichtigsten Vertretern Viktor & Rolf, SO by Alexander Slobbe, Inez-Van Lamsweerde, Droog Design zählen.

Pforzheim mit seiner Hochschule für Gestaltung und seinem Schmuckmuseum gilt als Drehscheibe für Schmuck und Mode in Deutschland. Designer wie Bless oder As Four haben den Begriff Schmuck und Accessoires einer tiefen Wandlung in Form und Bedeutung unterzogen. Gerda Ott forciert interdisziplinäres Arbeiten und sucht die Verbindung zu Schmuck- und Accessoireobjekten. Neben diesen Partnern, die sowohl inhaltlich als auch finanziell zum CFA beitragen, konnte Unit F eine Reihe von freien bzw. assoziierten Partnern, wie das Festival international des arts de la Mode/Hyères (F), Pitti Immagine Research/Florenz (I), Discipline – Takeshi Hirakawa/Tokio (J), Museum at FIT/NewYork (US) oder die Angewandte/Wien (A) gewinnen, die Informationen aus ihren Institutionen und Archiven beisteuern werden.

Das CFA-Contemporary Fashion Archive ist die erste internationale Online-Plattform mit Informationen zur zeitgenössischen Modeszene. In der Aufbauphase wurden Texte und Fotos zu ca. 50 Designern und ihren Kollektionen präsentiert, die in den letzten zehn Jahren mit experimentellen und innovativen Positionen richtungweisende Impulse setzten.

Dokumentiert wurden auch die Netzwerke, deren Verbindungen und Kooperationen mit angrenzenden Disziplinen wie Fotografie, Styling, Industrial Design, Grafikdesign, Webdesign, Architektur, Kunst und elektronischer Musik. Zusätzlich wurden die wesentlichsten Institutionen, Magazine, Organisationen, Ausbildungsstätten und bedeutende Journalisten und Theoretiker vorgestellt. Das dahinter liegende Datenbanksystem, das von NIWA Web Solutions entwickelt wurde, spiegelt dieses internationale Netz von Personen und Institutionen wider und ist in seiner Grundstruktur stark horizontal vernetzt. Die Datenbank und die davor liegende Weboberfläche, mit dem Design von boris kopeinig info structures, ist ein erster Schritt Richtung Semantic-Web, wobei Dokumente und Informationen durch strukturelle und semantische Information ergänzt werden. Diese technische Erweiterung bietet neue Möglichkeiten der Datenrecherche, dadurch können konzeptuelle Zusammenhänge erfasst und für die Benutzer nachvollziehbar gemacht werden. Dieses System soll auch auf Multimediaelemente, wie Bilder, Videos und Audiomaterial und auf neue Searchfunktionen ausgeweitet werden.

Das recherchierte und gesammelte Material wird in den Dokumentationszentren der Kooperationspartner und auf einer Online Plattform weltweit nutzbar gemacht. Die Archivsprache ist Englisch, und relevante Basisinformationen wie Profiltexte zu Personen und Institutionen werden zusätzlich in Deutsch, Französisch, Niederländisch und Italienisch angeboten. Gesammelt werden Texte, Bild-, Video-, Audio- und digitales Material sowie Dokumentationen künstlerischer Arbeiten wie Bücher, Kataloge sowie Medienbeiträge. Die Recherche erfolgt in direktem Kontakt mit den ausgewählten Designern und in Zusammenarbeit mit Bibliotheken,

Der Autor
Andreas Bergbaur ist Projektleiter cfa / Unit F.

Linda Berger: Inkognito. Diplomarbeit.
Betreuer: Professor Jürgen Weiss und Professor Matthias Kohlmann. *Foto: Harald Koch*

Wichtigste Design-Preise gehen nach Pforzheim

Lucky Strike Junior Designer Award an Franziska Agrawal

von Claudia Gerstenmaier

Die Benachrichtigung der Raymond Loewy Foundation löst in der Fakultät für Gestaltung große Freude aus: Der mit 12.000.- Euro dotierte Lucky Strike Junior Designer Award-Hauptpreis geht in diesem Jahr an die Pforzheimer Studentin Franziska Agrawal. Drei weiteren Pforzheimer Studierenden wird von der Raymond Loewy Foundation eine „besondere Anerkennung" für ihre Arbeiten ausgesprochen. Die Preisverleihung war am 09. Juni in der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg (Fachbereich Gestaltung).

Die Arbeit von Franziska Agrawal, berichtet Dekan Professor Jürgen Goos, zeichnet sich durch eine ganzheitliche Betrachtung der Aufgabenstellung aus. Von der Idee über die konstruktive Ausarbeitung bis zur Gestaltung der Marketingplattform wurden alle Aspekte des Projekts bearbeitet. Das Thema lautete: „Corporate Identity mit zugehöriger Accessoireline". Ziel der Arbeit ist es, die Kontaktlinsenzubehörmarke „i.looms" mit ihren dazugehörigen Accessoireprodukten für Kontaktlinsen zu erschaffen. Die Kollektion besteht aus verschiedenen Produkten, die in hohem Maße Funktionalität und Mobilität der Linsenaufbewahrung und den Umgang mit Linsen optimieren. Außerdem soll sie den Lifestyle der Zielgruppenanforderung unterstützen; ein weiterer Bestandteil der Marke „i.looms" ist eine Vertriebsplattform für die Kontaktlinsen-Aufbewahrungsbehältnisse durch eine Internetseite. „Die Kontaktlinsenbehälter von „i.looms" sind intelligent konstruiert, um Herstellungskosten zu senken", so der betreuende Professor Jürgen Goos, „und um eine einfache und sichere Handhabung in verschiedenen Produktkategorien zu gewährleisten." Durch ihr Design und ihre optimierte Funktionalität (z.B. gegendrehende Bayonett-Verschlüsse, die ein ungewolltes Aufgehen beim Transport des Behälters verhindern), durch einfach zusammensteckbare Teile und durch die Reduzierung von Einzelteilen ist eine komfortable und hygienische Handhabung gewährleistet. Das bisher eher medizinische Image von Kontaktlinsenprodukten wird durch die vorgeschlagene Corporate Identity aufgewertet und bildet ein innovatives Gesamtkonzept für Kontaktlinsenaccessoires in verschiedenen Einsatzgebieten, etwa im Beruf, bei Hobby und Sport, unterwegs oder auf Reisen. Franziska Agrawal ereichte die Nachricht vor ihrer Abreise in den U.S.A.; zur Preisverleihung war die überglückliche Preisträgerin aber rechtzeitig zurück.

„Besondere Anerkennungen" haben Elena Ryvkin, Carolin Mayer und Matthias Schmitt erhalten. Ein Reise- und Wohnsystem „Von Rhein bis Wolga" hat Elena Ryvkin entwickelt. Die unberührte Natur und das hohe Erlebnisangebot Osteuropas üben einen besonderen Reiz auf den Individualtourismus und den Abenteuerurlaub aus. Allerdings bedürfen Reisen in Länder mit einer instabilen politischen Situation und kaum vorhandener Infrastruktur besonderer Vorbereitung. Mit Hymer Innovations- und Designcenter wurde ein Reisekonzept für die Länder ausgearbeitet, die mit Fahrzeugen gut zu erreichen sind und ein hohes Erlebnispotential bieten. Die Reise findet nach dem Beispiel des Nomadenreisens in einer Gruppe, also als Kolonne, statt und ist auf die Nomadenbräuche in den Ländern der ehemaligen UdSSR bezogen – das Campausbreiten. Der geländefähige VW T5 mit Doppelkabine und Pritsche dient als Basisfahrzeug, bietet ein gut ausgebautes Servicenetz und die Möglichkeit für den Transport eines Mobile Housing. „Elena Ryvkin hat ein Reisesystem entworfen, das für touristisch unerschlossene Regionen abenteuertaugliches und dennoch komfortables Reisen ermöglicht", so der betreuende Professor Dr. Ansgar Häfner. „Die Ausrüstung passt sich unterschiedlichen Stilen an: man kann wie Nomaden durch die Gegend ziehen, sich stationär niederlassen oder touren. Besonders toll an der Sache ist, dass man sowohl mit einem einzelnen Fahrzeug als auch in einer Gruppe reisen kann. In diesem Fall lassen sich die Funktionen verteilen, wenn gewünscht, hat man ein Fahrzeug mit Schwerpunkt Essen und Trinken, eines mit Schwerpunkt Sanitär und Wellness usw. Wenn ich einen Schlüssel für das Auto hätte, würde ich sofort losfahren…".

Ziel der Arbeit von Carolin Mayer und Matthias Schmitt ist es, die Stadt München mit einem reizvollen und individuellen Fortbewegungskonzept von BMW für die Zukunft zu rüsten, hierbei Infrastrukturen intelligent mit einzubeziehen, diese zu nutzen und eine sinnvolle BMW-Produktwelt in der Sportmetropole München zu schaffen. Mit dem sportlichen Motto „Freude am Fahren" wird sowohl für Besucher als auch Bewohner ein nach ihren Anforderungen öffentlich bereitgestelltes, sportlich orientiertes und mit Muskelkraft betriebenes Fortbewegungsmittel für die Sommermonate beschrieben. Auf die Frage, wie einer der betreuenden Professoren die Arbeit beurteilt, antwortet Thomas Gerlach spontan: „Erstklassig! Es ist eine gut gelungene, eigenständige Arbeit, die mit BMW umgesetzt wurde und die für das Unternehmen BMW im Sinne der Mobilität neue Wege aufzeigt, einen Event wie die Fußballweltmeisterschaft in München als Bühne für die Marke BMW benutzt und neue erlebnisorientierte Produkte einsetzt. Sowohl im Konzept als auch in der Ausarbeitung und Darstellung wurde hier eine hervorragende Leistung von den Studierenden erbracht."

Der Lucky Strike Junior Designer Award gehört zu den begehrtesten nationalen Nachwuchspreisen, die an Hochschulstudentinnen und -studenten aus allen Bereichen des Designs und der Gestaltung vergeben wird. Die Raymond Loewy Foundation International sieht die Darstellung unserer Kultur als wichtigstes Element an. Die Förderung junger Designer mit dem Lucky Strike Junior Designer Award nimmt dabei für die Foundation einen hohen Stellenwert ein. Raymond Loewy (1893 – 1986) schrieb Design-Geschichte: Er entwarf oder vollendete viele Markenzeichen, die uns heute noch im Alltag begegnen, etwa den Studebaker als Symbol

amerikanischer Autos, die Shell-Muschel oder die Lucky Strike-Packung.

Mit dem mit insgesamt 25.000 Euro dotierten Apolda European Design Award, der im April an Kristina Schneider ging, und dem Lucky Strike Junior Designer Award im Juni sind die wichtigsten Designpreise in diesem Jahr nach Pforzheim gegangen. Weitere Informationen zum Lucky Strike Junior Designer Award finden Sie unter http://www.raymondloewyfoundation.com.

Die Autorin
Dr. Claudia Gerstenmaier leitet die Pressestelle der Hochschule.

Ausgezeichnete Arbeiten im Bereich Schmuck und Gerät

Drei Staatspreise, eine Anerkennung und ein Förderpreis des Landes

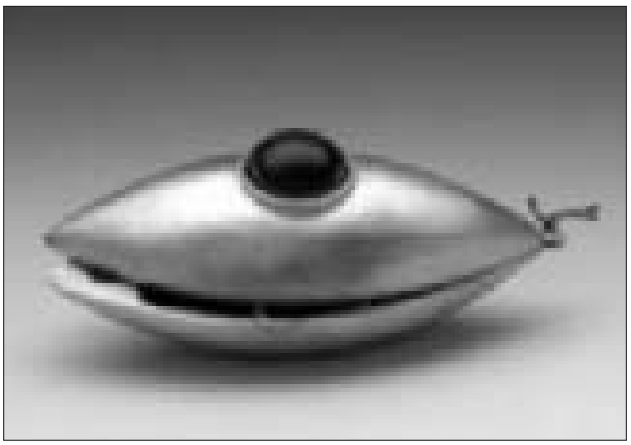
von Claudia Gerstenmaier

Im Rahmen der Landesausstellung für das Kunsthandwerk Baden-Württemberg in Freiburg wurden Absolventinnen des Hochschulbereichs Gestaltung für hervorragende Leistungen ausgezeichnet. Gleich drei Staatspreise gingen an Diplom-Designerinnen des Studiengangs Schmuck und Gerät. Die Preise sind mit 5.000 Euro dotiert. Die Preisträgerinnen sind Kerstin Mayer, Dorothee Striffler und Beate Weiß. Judith Höfel wurde eine Anerkennung ausgesprochen und Yeonkyung Kim erhielt den Förderpreis für das junge Kunsthandwerk.

Die Jury beschreibt die „Erinnerungsgefäße“ von Kerstin Mayer als „inhaltsreich, bewahrend – besinnlich“; über die Ketten von Dorothee Striffler sagte sie: „zart, räumlich – konsequent“ und die Ketten und Ringe von Beate Weiß findet die Jury „beerig, meerig – fröhlich“.

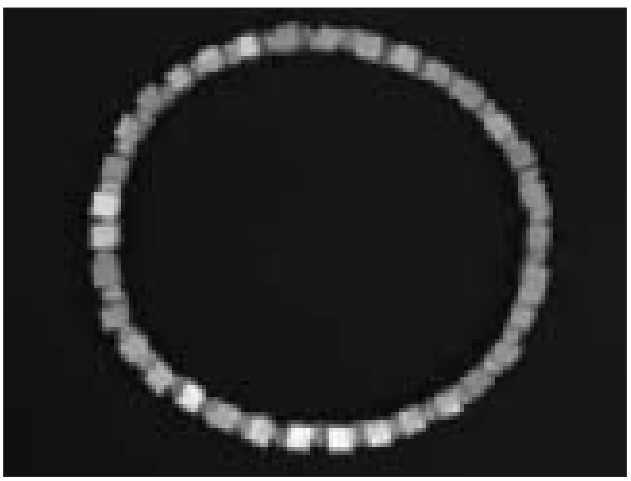
Die Ringe von Yeonkyung Kim, die derzeit an ihrem Diplom an der Hochschule Pforzheim arbeitet, findet die Jury „blumig, drahtig – variationsreich“. Judith Höfel, ebenfalls Absolventin der Hochschule Pforzheim, erhält für ihr Besteckset eine Anerkennung und die lobenden Worte: „einfach, eindeutig – cool“.

Die Autorin
Dr. Claudia Gerstenmaier leitet die Pressestelle der Hochschule.



Kerstin Mayer: Erinnerungsgefäß „Urne“, Bronze, Feingold, Glas, Textil. „Als Gestalterin möchte ich neue Möglichkeiten von Trauerformen formulieren.“

Beate Weiß: Ring, Gelbgold 585, Süßwasserperle
„Dahinter blicken, neugierig sein, andere Blickwinkel zulassen, der Fantasie Raum zugestehen, das sind wichtige Kriterien für mein künstlerisches Schaffen.“



Dorothee Striffler: Kette „Raum“, Gold 750
„Zentrales Thema meiner Arbeit ist die Auseinandersetzung mit dem Einfachen und Schlichten.“

absolut advertising, münchen

Edelmetall Halbzeuge Galvanik Recycling

C. HAFNER GmbH & Co. KG Gold- und Silberscheideanstalt
Bleichstr. 13-17 D-75173 Pforzheim Tel. (0 72 31) 920-120
kreativ@c-hafner.de www.c-hafner.de

C. HAFNER kreativ
MIT UNS FÄNGT SCHMUCK AN

Milka, DIE B-MANNSCHAFT und das Wunder von Bremen

Pforzheimer Werber gewinnen Kraft Foods Case Study Award und 10.000 Euro

Fünf Studierende aus Pforzheim sind die glücklichen Gewinner des diesjährigen „Kraft Foods Case Study Award“. Die Studentengruppe des Studiengangs Werbung unter Leitung von Frau Professorin Dr. Brigitte Gaiser überzeugte beim Finale die Jury aus dem Top-Management von Kraft Foods mit einer gelungenen Präsentation zum Thema Kundenbindung und Loyalität für die Marke Milka.

Über 100 Studenten hatten sich an dem mit insgesamt 13.000 Euro dotierten „Kraft Foods Case Study Award“ beteiligt: Zwischen November 2004 und Januar 2005 schlüpften die insgesamt 19 studentischen Gruppen von sieben deutschen Hochschulen in die Rolle eines Brand Managers bei Milka. Ihre Aufgabe: Wie kann die Anzahl loyaler Kunden für die Marke Milka noch erhöht werden? Nach einer Zwischenrunde, Mitte Januar, schafften es schließlich vier Gruppen ins Finale.

Der bereits zum zweiten Mal ausgeschriebene „Kraft Foods Case Study Award“ versteht sich als Förderung der praktischen Ausbildung an deutschen Universitäten und soll einen engen und praxisnahen Kontakt zu den besten Lehrstühlen Deutschlands garantieren.

Jurymitglied Hartmut Schröder, Director Human Resources bei Kraft Foods, sieht die Ausrichtung des Preises durch die große Resonanz und die Ergebnisse der Studenten bestätigt. Er lobte bei der Preisverleihung alle präsentierten Konzepte, die es bis zur Endausscheidung in den Räumen der Bremer Unternehmenszentrale von Kraft Foods geschafft haben: „Ich bin beeindruckt von der Leistung der Studenten. Sie haben gezeigt, dass sie ihr bisher theoretisch erworbenes Wissen auch in der Praxis zielorientiert anwenden können“, so Hartmut Schröder.

Neben dem intensiven Austausch zwischen den besten Marketing-Lehrstühlen Deutschlands und Kraft Foods ist der „Kraft Foods Case Study Award“ für einen der weltweit größten Nahrungsmittelhersteller eine sinnvolle Ergänzung zu bestehenden Hochschulrankings. „Der Award verschafft uns einen guten Einblick in den Ausbildungsstand der Studenten. Für die Auswahl von zukünftigen Nachwuchsführungskräften für Kraft Foods ist dies sehr hilfreich“, erklärte Hartmut Schröder.

Auch Thomas Gries, Category Director Snacks bei Kraft Foods, zeigte sich begeistert von den Ergebnissen: „Wir haben die Studenten mit einem realen Fall konfrontiert und ich freue mich sehr, wie professionell sie ihn bearbeitet haben. Neben dem praktischen Einblick in das Unternehmen Kraft Foods für die Studenten haben auch wir wertvolle Anregungen erhalten. Eine echte Win-Win-Situation.“

Aufbauend auf einer fundierten Analyse entwickelte das Gewinnerteam mit Kreativitäts- und Problemlösungsmethoden schriftlich ausgearbeitete Vorschläge und Empfehlungen. Der Teamgedanke, die stringente und plausible Aufbereitung des Themas waren letztendlich ausschlaggebend für den Erfolg.

Neben den Gewinnern aus Pforzheim, die sich jeweils über 1.000 Euro freuen dürfen, erhielten die drei weiteren Final-Teams der Universitäten Münster, Bremen und Mannheim je 1.000 Euro als Gruppenprämie. 5.000 Euro gehen zudem an den Lehrstuhl des Gewinnerteams der Hochschule Pforzheim unter Leitung von Professorin Dr. Brigitte Gaiser. Alle Studenten, die sich am Kraft Foods Case Study Award beteiligt haben, erhalten zudem Teilnahmezertifikate.

Diese Pressemitteilung von Kraft Foods ergänzen zwei Studierende aus dem Winner-Team:

Die Siegerperspektive

von Slave Hasinovic und Patrick Dittes

Zielsetzung unserer Aufgabe war es beim Kraft Foods Case Study Award, die Anzahl loyaler Kunden der Marke Milka zu erhöhen. Zu Beginn

Hartmut Schröder (links), Director Human Resources bei Kraft Foods, und Thomas Gries (2.v.l.), Category Director Snacks, gratulierten den Gewinnern des diesjährigen "Kraft Foods Case Study Award" und ihrer Professorin Dr. Brigitte Gaiser (Mitte). *Foto: Kraft Foods*

unserer Arbeit wurden alle vier Gruppen gemeinsam von unseren beiden Professorinnen Dr. Brigitte Gaiser und Dr. Elke Theobald betreut, so dass wir eine gemeinsame Ausgangsbasis erarbeiteten. Nach aufwändiger Analyse der Zielgruppe, der Konkurrenz und der derzeit vorherrschenden Trends im FMCG-Bereich konnten die einzelnen Gruppen nun mit der Ausarbeitung ihrer Konzepte beginnen.

Da der Abgabetermin für die schriftliche Ausarbeitung der Konzepte – sechs Wochen nach Aufgabenstellung – verhältnismäßig knapp bemessen war, war Eile geboten, um die Konzepte fristgerecht fertig zu stellen. Nach mehreren Nachtschichten, etlichen Litern Kaffee und erhöhten Dosen Nikotin sowie Gesprächen mit unseren beiden betreuenden Professorinnen konnten wir schließlich in den letzten Zügen vor Fristende unser 146 Seiten starkes Konzept an Kraft Foods Bremen schicken. Kreativität, Durchhaltevermögen, der Blick für das Wesentliche und das Besondere stellten die Hauptpfeiler unseres Konzeptes dar.

Bereits Mitte Januar fand im Hilton Hotel in Mainz eine Präsentation der einzelnen Konzepte vor einer Jury von Kraft Foods statt; Vorentscheidung für das Finale in Bremen. Hier präsentierten neben allen vier Pforzheimer Teams (Kraftakt, Kraftfutter, Kraftpaket und wir, DIE B-MANNSCHAFT), auch die teilnehmenden Gruppen der Unis Köln und Mannheim.

Parallel dazu fand auch in Bremen ein Vorentscheid für die Teilnehmer aus dem Norden Deutschlands statt. Vertreten waren dabei u.a. Bremen durch FH und Uni und die Universität Münster durch den Studiengang Strategic Brand Management.

Nach Mainz ließ Kraft Foods dann auch nicht lange mit einer Antwort auf sich warten und meldete sich bereits wenige Tage später bei uns, mit der Nachricht, dass DIE B-MANNSCHAFT (Miriam Alies, Katrin Eccarius, Berit Mainx, Patrick Dittes und Slave Hasinovic), zusammen mit einer Bremer, einer Münsteraner und einer Mannheimer Gruppe, zum finalen Entscheid in die Kraft Zentrale nach Bremen eingeladen seien. Der Termin lag für uns etwas unglücklich mitten in der Klausurzeit.

So reisten wir am Tag unserer letzten Klausuren noch abends mit dem Zug nach Bremen. Erste Anzeichen von Nervosität konnten wir glücklicherweise mit dem Feiern von Katrins Geburtstag in den Griff bekommen, so dass die sechsstündige Zugfahrt und die sich anbahnende Unruhe sich letzten Endes doch harmloser gestaltete, als wir ursprünglich angenommen hatten. Dennoch war es für uns alle eine kurze Nacht, da wir erst nach Mitternacht in unserem Hotel einchecken konnten.

Der Tag der Entscheidung war gekommen und wurde von uns zunächst mit einem ausgiebigen Frühstück begonnen. Als wir gegen 10 Uhr bei Kraft Foods eintrafen, begrüßte uns eine sichtlich gut gelaunte Professorin Gaiser, die sich bereits in der Empfangshalle einen Espresso genehmigt hatte.

Zu weiterer Nervosität war nun keine Zeit mehr, da wir als erstes Team präsentieren sollten. Im Unterschied zu der Vorentscheidung in Mainz wohnten bei der Endrunde alle Finalisten den jeweiligen Präsentationen ihrer Konkurrenten bei, so dass sich für alle zum ersten Mal die Gelegenheit bot, die Arbeit der anderen Mannschaften in Augenschein zu nehmen. Erfreulicherweise verlief unsere Präsentation reibungslos und auch die im Anschluss gestellten Fragen der Jury konnten wir entweder durch fachliche Kompetenz oder dank unseres Improvisationstalentes umfassend beantworten.

Nachdem wir unseren Vortrag beendet hatten, konnten wir uns entspannt zurücklehnen und die Ausführungen der anderen drei Teams verfolgen. Insgesamt kann man sagen, dass das Niveau ausgesprochen hoch war, so dass wir vor dem Entscheid der Jury keinen klaren Favoriten auf den Sieg ausmachen konnten.

Nach Abschluss der Präsentationen zog sich die Jury von Kraft Foods zur Beratung zurück, welche erneut die Spannung steigerte; aus Minuten wurden Stunden, Augenblicke schienen endlos zu werden und zu behaupten, wir seien nicht aufgeregt gewesen, wäre schlichtweg gelogen. Aber um es kurz zu machen: Wir, DIE B-MANNSCHAFT, haben gewonnen. Nach Minuten der Freude wurden Pressefotos gemacht und uns symbolisch das Preisgeld in Höhe von 10.000 (5.000 für den Fachbereich und 5.000 , die wir in unsere eigene Tasche stecken konnten) in Form eines überdimensionalen Schecks überreicht.

Um den spannenden Tag gebührend zu feiern, schlossen sich nach der Verabschiedung von Kraft Foods alle vier Gruppen zusammen und begaben sich in eine hippe, spanische Cocktailbar, um bei einigen Drinks den Abend in netter Atmosphäre ausklingen zu lassen.

Ein Cocktail zu viel und ein Blick auf den Zugfahrplan zu wenig bescherten uns drei Stunden Wartezeit im Bremer Hauptbahnhof auf unseren nächsten Zug, welche wir mit weiteren Drinks und ausgiebigen Fast-Food-Orgien zu überbrücken verstanden. Die siebenstündige Zugfahrt von Mitternacht bis zur Ankunft in Pforzheim in den frühen Morgenstunden gestaltete sich abgesehen von einer Horde, ihr Gehirn in Alkohol konservierenden Karnevalsjecken, die uns von Köln bis Mainz in unserem Abteil begleiteten, recht unspektakulär.

Die Autoren
Slave Hasinovic und Patrick Dittes studieren Betriebswirtschaft/Werbung im 8. Semester.

Die Zukunft des Mittelstandes im globalen Wettbewerb

Diskussionen über Corporate Governance und internationale Rechnungslegung

von Joachim Paul

„Corporate Governance“ ist ein hochaktuelles Thema für viele betroffene Unternehmen. Dies gilt auch für die – damit zusammenhängende – Umstellung der deutschen auf die neue internationale Rechnungslegung. Für Außenstehende mag sich beides eher trocken anhören. Tatsächlich geht es aber nicht zuletzt um hochbrisante gesellschaftspolitische Themen wie Vorstandsgehälter, Ethik der Manager und die Zukunft des Mittelstandes in Deutschland im Zeichen des globalen Wettbewerbs.

Dass eine Veranstaltung sowohl für Experten neue Erkenntnisse bringen, als auch für die breite Öffentlichkeit sehr spannend sein kann, bewies das „15. Controlling Forum“ an der Hochschule Pforzheim.

„Corporate Governance“ lässt sich am besten mit Unternehmensaufsicht und -kontrolle beschreiben. Es geht um die Überwachung des Managements, um Transparenz, um den Schutz vor „Selbstbedienung“ der Manager und um den Umgang mit unternehmerischen Risiken. Ein zentrales Instrument hierfür ist der „Deutsche Corporate Governance Kodex“, in welchem die Grundsätze der Unternehmenskontrolle festgelegt wurden. Auch wenn dieser Kodex formal freiwillig Anwendung findet, hat er doch bereits starken Einfluss auf unternehmerische Entscheidungen und die Führung vor allem börsennotierter Großbetriebe. Für den Mittelstand, der sich bisher kaum damit befasst hat, gewinnt das Thema immer mehr an Relevanz. Durch verstärkten Einfluss von Fremdmanagern, Generationswechsel in der Führung und durch das Bankenrating – Stichwort „Basel II“ – wird Corporate Governance auch für kleinere und für Familienunternehmen wichtig.

Dass diese Entwicklung für den Mittelstand nicht nur eine Bedrohung, sondern auch eine Chance darstellt, erläuterte Christian Strenger in seinem Vortrag. Er ist als Mitglied der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ einer der führenden Experten auf diesem Gebiet. Corporate Governance ver-

Frank Straub (Vorsitzender der Geschäftsführung BLANCO GmbH & Co.KG in Oberderdingen), Professor Dr. Martin Weiblen, Dr. h.c. Dietrich Dörner (Vorsitzender des Beirats der Ernst & Young AG in Stuttgart), Frank Göhner (Partner der Ernst & Young AG in Stuttgart), Helmut Mader (Mader Capital Resources AG in Frankfurt), Professor Dr. Klaus Pohle (Präsident des DSR – Deutscher Standardisierungsrat in Berlin) und Christian Strenger (Mitglied der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex und Aufsichtsratsmitglied der DWS Investment GmbH in Frankfurt).

bessert nach seinen Worten die Chancen auf eine günstige Fremdfinanzierung durch die Banken, führt zu erhöhter Transparenz und dadurch zu besseren Entscheidungen und kann hilfreich sein bei der Planung der Nachfolge – eines der gravierenden Probleme des Mittelstandes.

Gefahr der Überregulierung

Freilich dürfen auch die Schwachpunkte nicht übersehen werden, z. B. das Problem einer zunehmenden Bürokratisierung. Eine Gefahr der Überregulierung geht auch von der Anwendung der internationalen Rechnungslegungsstandards für deutsche Unternehmen aus. Professor Dr. Klaus Pohle, Präsident des zuständigen deutschen „Standardisierungsrats", stellte in seinem Beitrag diesen Punkt in den Vordergrund. Die derzeit vorliegenden internationalen Regeln für die Rechnungslegung, so seine Ausführungen, sind „völlig überdimensioniert" für kleine und mittlere Unternehmen. In Zukunft wird es aber vereinfachte Regeln speziell für den Mittelstand geben, so dass die Umstellung auf eine internationale Bilanzierung auch für diesen Anwenderkreis durchführbar und vorteilhaft sein wird.

Wie weit Corporate Governance und internationale Rechnungslegung bereits verbreitet sind und wo die Anwender die Schwerpunkte und Vorteile sehen, führte Frank Göhner, Partner bei Ernst & Young, Stuttgart, anhand einer aktuellen empirischen Untersuchung aus. Diese zeigte eine weitgehende Akzeptanz der neuen Regelungen, wenn auch mit Vorbehalten.

Strikte Kontrolle oder Ethik des „ehrbaren Kaufmanns"?

Helmut Mader, Vorstand der Mader Capital Resources AG, stellte ein Ratingkonzept für Aktienbewertungen vor und erläuterte, wie gute Corporate Governance sich in letzter Konsequenz positiv auf den Aktienkurs auswirkt. Der Börsencrash im Jahr 2000 führte zu einem nachhaltigen Vertrauensverlust gegenüber allen mit der Börse verbundenen Institutionen. Um das Vertrauen wieder herzustellen, brauchen wir Corporate Governance. Wichtig sei aber auch, so Helmut Mader unter dem Beifall des Publikums, eine „ethische Erneuerung" und eine „Wiederkehr des ehrbaren Kaufmanns".

Kontrovers ging es dann bei der abschließenden Podiumsdiskussion zu, an der sich neben den Referenten auch Dr. Dietrich Dörner, Vorsitzender des Beirats von Ernst & Young, Frank Straub, Vorsitzender der Geschäftsführung der Blanco GmbH & Co. KG, und Professoren der Hochschule Pforzheim beteiligten.

Hinterfragt wurde, ob die internationale Rechnungslegung tatsächlich – wie immer behauptet – für Investoren besser ist die traditionelle deutsche Bilanzierung. Im Gegenteil, wandten Teilnehmer ein, in Deutschland wäre gerade durch unsere Rechnungslegung ein Bilanzskandal wie der U.S.-Fall Enron verhindert worden. Heftig umstritten war auf dem Podium auch – wie in der Öffentlichkeit – der Nutzen einer Veröffentlichung individueller Vorstandsgehälter. Deutlich wurde der allseitige Wunsch nach einer Rückkehr zu klassischen ethischen Standards; uneinig war man sich jedoch über den Weg dahin. Corporate Governance und Internationale Rechnungslegung seien zwar keine Allheilmittel, aber doch Bausteine für ein nachhaltig erfolgreiches Unternehmertum – auf diese Formel konnten sich die Teilnehmer am Ende dann doch einigen.

Das „15. Controller Forum" ist Teil einer seit fünf Jahren an der Hochschule Pforzheim laufenden erfolgreichen Veranstaltungsreihe. Zu Workshops und Seminaren treffen sich regelmäßig Praktiker mit Vertretern der Hochschule, um über aktuelle Themen im Controlling zu diskutieren und dabei konkrete Hinweise für die praktische Arbeit zu erhalten. Schwerpunkte waren in den letzten Jahren unter anderem Rating, Prozessoptimierung, wertorientiertes Controlling und Data Warehouse / Business Intelligence Systeme. Thema einer weiteren Veranstaltung im Sommersemester war „Strategy Map", eine aktuelle Weiterentwicklung der mittlerweile weit verbreiteten Balanced Scorcard, sowie das Controlling von immateriellen Vermögensgegenständen. Weitere Informationen unter http://www.hochschule-pforzheim.de/vbfh/.

Der Autor
Dr. Joachim Paul ist Professor im Studiengang International Business.

Unternehmerische Handlungskompetenz stärken

Online-Planspiel „Jugend gründet“ bundesweit von Pforzheim organisiert

von Barbara Burkhardt-Reich

Das Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim übernimmt die Gesamt-Projektleitung des bundesweiten Schülerwettbewerbs „Jugend gründet“.

Auch für zukünftige Unternehmer gilt: Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr. Auf diesem Hintergrund kommt die Studie „Global Entrepreneurship Monitor 2004“ zu dem Ergebnis, dass die Bundesrepublik bei der Ausbildung von Gründern an den Schulen noch Nachholbedarf hat. Im Feld der 14 untersuchten EU-Staaten plus USA und Japan belegt die Bundesrepublik sowohl im Hinblick auf eine angemessene Behandlung von Wirtschaftsthemen als auch bei der ausreichenden Würdigung des Themas Unternehmertum den 11. Platz.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) hat vor einiger Zeit die Initiative ergriffen und die Entwicklung eines Online-Planspiels initiiert – mit dem Ziel, bereits bei den Schülern für Innovationen und wirtschaftsnahe Themen zu werben.

Mit „Jugend gründet“ wird für Jugendliche ein Angebot unterbreitet, das auch die in den nationalen Bildungsstandards geforderten Handlungskompetenzen unterstützt. Schülerinnen und Schüler entwickeln bei „Jugend gründet“ ihr eigenes virtuelles High-Tech-Produkt, um dieses anschließend unter realitätsnahen Bedingungen in einer Online-Planspielwelt erfolgreich zu vermarkten. Neu an diesem Konzept eines Schülerwettbewerbs ist die Kombination aus Ideenwettbewerb, Online-Planspiel-Wettbewerb, E-learning-Modulen und Expertensystem. Dies ermöglicht es, dass Schülerinnen und Schüler sich selbstständig – ohne Anleitung durch die Schule – daran beteiligen können. Ökonomische Vorkenntnisse sind nicht erforderlich; alle Informationen sind online greifbar und durch eine schülergerechte Rahmengeschichte auch interessant verpackt.

Es beginnt ganz einfach. Man geht im Internet auf die Seite www.jugend-gruendet.de und drückt den Button „Los geht´s“ und schon steht man vor der Tür zu einer anderen Art von Welt – einer virtuellen. Es ist eine Lern- und Spielwelt mit allem, was für ein virtuelles Wirtschaften notwendig ist: eine Hochschule, eine Bank, das Arbeitsamt, eine Unternehmensberatung und ein Café. Besonders ins Auge springen der zentral gelegene Springbrunnen und das mächtigste Gebäude, das „Office“ des eigenen virtuellen Unternehmens.

In dieser virtuellen Welt sind die Schüler nicht allein gelassen: Sie können jederzeit den Avatar, einen virtuellen Tutor, aufrufen und ihm im Netz ihre Fragen stellen. Darüber hinaus existiert eine Hotline, unter der

Zwischenevent im Forschungszentrum Karlsruhe am 12.3.2005 mit den zehn Teams, die die besten Business-Pläne angefertigt haben und der Jury, die im Vordergrund sitzt.

„reale“ Experten im Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung den Schülern telefonisch weiterhelfen.

Das Planspiel verläuft in drei Phasen: Businessplanphase, Bewertungsphase durch die Jury und schließlich die Planspielphase. Anmeldung und Teilnahme am Wettbewerb ist während aller Spielphasen möglich ist. Teilnehmer, die die Businessplanphase verpasst haben, können aus vorgegebenen Businessplänen auswählen und so an der Planspielphase teilnehmen. Hauptgewinn für das beste Team aller drei Spielphasen ist eine Reise ins Silicon Valley in Kalifornien (USA).

Die speziell ausgearbeiteten Lernmodule bieten auch Lehrern die Möglichkeit der Integration in den Unterricht. Anhand der Module, die alle auf die Länge einer Unterrichtsstunde ausgelegt sind, können Lehrer ihren Schülern systematisch auf spielerische Art alle relevanten Aspekte einer Unternehmensgründung vermitteln. Sowohl in der Businessplanphase als auch während der Planspielphase ist „Jugend gründet“ als Projekt im Unterricht einsetzbar. Es eignet sich sowohl für Projekttage als auch für Arbeitsgemeinschaften. Aufgrund des Online-Charakters und der Tatsache, dass Schüler hier sehr selbstständig arbeiten können, ist es auch eine gute Möglichkeit, planbaren Unterrichtsausfall zu kompensieren.

In den ersten beiden Schuljahren ist „Jugend gründet“ auf eine überraschend hohe Resonanz gestoßen. Mittlerweile haben über 4000 Schülerinnen und Schüler teilgenommen. Beim diesjährigen Zwischenevent im Forschungszentrum Karlsruhe präsentierten die Schüler ihre Business-Pläne mit großer Begeisterung und – zur Überraschung der Expertenjury – auf hohem Niveau.

Höhepunkt des Schuljahres 2004/2005 war zweifelsohne das Finale am 8. und 9. Juni 2005 in Berlin. Eingeladen waren die zehn Teams, die nach den drei Wettbewerbsphasen: Erstellung des Business-Plans, Präsentation beim Zwischenevent, Online-Planspiel die meisten Punkte gesammelt hatten. In Berlin hatten diese Teams die Aufgabe, einen Messeauftritt für eine „Investorenmesse“ vorzubereiten; die Jury schlüpfte in die Rolle von Investoren und entschied, in welches „Unternehmen“ sie gerne investieren würde. Die Schülerinnen und Schüler wurden einen Tag zuvor für diesen Auftritt gecoacht: ein Kommunikationstrainer weihte sie in die wichtigsten Regeln einer gelingenden Präsentation ein, und das Projektteam sprach nochmals die wichtigsten inhaltlichen Punkte mit den Teams durch. Am Final-Tag war bereits am frühen Morgen die Aufregung bei allen Teams zu spüren, kreative Messestände wurden aufgebaut, die Teams überraschten mit vielen Details wie Kugelschreiber und Gummibärchen mit Firmennamen oder professionell gestaltete Flyern. Die Jury besuchte in kleinen Gruppen jeden Messestand, die Teams präsentierten insgesamt drei Mal, dann stand die Reihenfolge fest:

Mit Ihrer Geschäftsidee, einem digitalen Schreibstift, gewannen die Schülerinnen und Schüler des Bildungszentrums in Markdorf die Reise ins Silicon Valley. Das „virtuelle Produkt“ besteht aus einer Hard- und einer Softwarekomponente. Die Handschrift wird durch den optischen Sensor aufgenommen und durch einen Miniprozessor in Bewegungsvektoren umgewandelt und als solche auf dem Stift gespeichert. Die Daten können dann zeitgleich oder zeitversetzt via Bluetooth auf Computer, Handy oder PDA übertragen werden. Die Bluetooth-Schnittstelle ermöglicht ein simultanes Arbeiten mit dem PC wie Schreiben und Zeichnen.

Den zweiten Platz nahm das Team „Easy Security“ aus Nordrhein-Westfalen ein, die ein neuartiges Türentriegelungssystem vorstellten, das das lästige Suchen nach dem Hausschlüssel ablöst. Der Lohn war ein IBM Thinkpad und ein Praktikum bei IBM.

Auch beim Schülerteam auf dem dritten Platz sind Schüler aus Baden-Württemberg dabei, es handelte sich um ein gemischtes Team aus Schorndorf, Esslingen und Emden. Die Produktidee dieses Teams, CN Pro, ist ein umweltfreundlicher Alleskleber. Sie erhielten Digital-Kameras, die von Conrad Electronics gespendet wurden.

Das beste Quereinsteiger-Team kam ebenfalls aus Baden-Württemberg und ebenfalls vom Bildungszentrum Markdorf. Diese Schüler hatten keinen eigenen Business-Plan erstellt und starteten deshalb mit 0 Punkten in die Planspielphase, dort waren sie so erfolgreich, dass sie fast den Punkte-Vorsprung der anderen wettmachen konnten. Dafür wurden sie mit Palms von Palm one ausgezeichnet.

Anmeldungen für den Wettbewerb im kommenden Schuljahr sind ab sofort unter: www.jugend-gruendet.de möglich.

Die Autorin

Dr. Barbara Burkhardt-Reich ist Lehrbeauftragte für Politologie und organisiert im Auftrag des Fördervereins das Studium Generale. Darüber hinaus ist sie Bereichsleitern für Online-Planspiele beim Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim.

Konsolidierung auf hohem Niveau

Die ersten „PriManager“ studieren inzwischen an der Hochschule

von Barbara Burkhardt-Reich

Mit PriManager hat sich die Hochschule Pforzheim rechtzeitig im Wettbewerb um die besten Studierenden positioniert. In den vergangenen vier erfolgreichen Wettbewerbsjahren haben rund 6.500 Schülerinnen und Schüler in den 12. Klassen der beruflichen und allgemeinbildenden Gymnasien aus ganz Baden-Württemberg an diesem Wettbewerb teilgenommen. Dabei ist es nicht nur gelungen, Schüler bereits im Gymnasium für ökonomische Fragestellungen zu sensibilisieren, sondern auch hervorragende Schüler mit der Hochschule Pforzheim bekannt zu machen.

Planspiele als Lehr- und Lernmethode auch in die allgemeinbildenden Gymnasien hinein zu tragen und das Thema Existenzgründung und Unternehmensnachfolge bereits früh in den Köpfen junger Menschen zu verankern – dies waren die Motive der „Macher“ von PriManager. Idee, Entwicklung, Erprobung und letztendlich auch die laufende Verbesserung des mittlerweile in vier Schuljahren erprobten Betriebs dieses landesweiten Schülerwettbewerbs „PriManager – Primaner managen eine AG“ führten zu einem echten Erfolgsprodukt der Gründerhochschule Pforzheim.

Die Spannung steigt vor der Preisübergabe.

In allen Planspielveranstaltungen konnte man erleben, mit wie viel Begeisterung und mit welch hohem Engagement die Schülerinnen und Schüler sich beteiligen. Bei der Erstausscheidung – dem so genannten City-Cup – arbeiten die Schüler an einem schulfreien Samstag von 8.30 Uhr bis 18.00 durch. Selbst beim Mittagessen werden neue Strategien diskutiert und überlegt, mit welchen Entscheidungen man in der nächsten Runde (d.h. im nächsten Geschäftsjahr) die Konkurrenz aus dem Feld schlagen kann. Hier wird deutlich, dass ein Planspiel als eine andere Form des Lernens von den Schülern hoch geschätzt wird und sie in einem solchen Zusammenhang sehr wohl bereit und in der Lage sind, sich selbstständig bestimmte Themengebiete zu erarbeiten und sich intensiv mit einem praxisrelevanten Thema zu beschäftigen. Die teilnehmenden Schüler bestätigten immer wieder: Betriebwirtschaftliche Vorkenntnisse waren nicht Voraussetzung für ein erfolgreiches Abschneiden, sind aber nach dem Planspiel in reichem Maße vorhanden.

Außerdem ist die Teamerfahrung für die Schüler ein wichtiger zusätzlicher Effekt. Sie erleben ihre Schulkameraden – anders als bei dem in der Schule nach wie vor überwiegenden Frontalunterricht – mit ganz spezifischen Eigenschaften, die sie in den Teamprozess einbringen: es gibt die guten Rechner, die guten Strategen, diejenigen, die eine Gruppe zusammenhalten können, diejenigen, die sich mit den Details beschäftigen und diejenigen, die den Gesamtüberblick haben bzw. behalten. Für die Schüler ist es ein spannender Prozess, wie dies sich im Verlauf eines solchen Planspieltages zusammenfügt. Darüber hinaus dient dieses Planspiel auch zur Berufsorientierung: die

Informationen rund um PriManager

Was ist ein Planspiel?
In einem Planspiel simulieren Teilnehmer realitätsnah betriebliche Entscheidungsprozesse

- in selbst organisierten Teams
- unter zunehmendem Zeitdruck
- bei hoher Datenvielfalt und Datenkomplexität
- bei wirtschaftlicher Unsicherheit
- mit eigenen Strategien und Methoden

Projektziele von PriManager
- Sensibilisierung der Zielgruppe Oberstufenschüler für wirtschaftliche Themenstellungen
- Erlernen von wirtschaftlichen Zusammenhängen: “learning business by doing business”
- Ergänzung des Neigungsfaches Wirtschaft in der Oberstufe
- Netzwerkbildung Schüler / Hochschule / Wirtschaft

Projektgeschichte
Das Projekt PriManager entstand im Sommer 2000 aus dem 1. Pforzheimer Schüler-Planspiel-Cup. Schüler von zehn Gymnasien aus Pforzheim und dem Enzkreis spielten zwei Tage lang ein sonst an der Hochschule eingesetztes Planspiel. Die Resonanz bei den Schülern, Eltern und Veranstaltern war überwältigend.
Dieser Erfolg bildete den Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung des Spieles hin zu einem landesweiten Wettbewerb. Gemeinsam mit dem Marktführer für Planspiele, TERTIA Edusoft (vormals UNICON), entwickelte die Hochschule Pforzheim ein speziell auf Oberstufenschüler ausgerichtetes Planspiel. Nach der vielversprechenden Erprobungsrunde in den Regionen Stuttgart, Karlsruhe und Nordschwarzwald startete im November 2001 die landesweite Durchführung in einem dreistufigen Wettbewerb. Und gleich im ersten Wettbewerbsjahr nahmen über 1.300 Gymnasiasten in insgesamt 232 Schulteams teil.
Im Schuljahr 2002 / 2003 waren es dann bereits über 1600 Schüler und 279 Teams, die an PriManager teilgenommen haben. Dies steigerte sich in den beiden folgenden Schuljahren auf 312 Teams und damit auf rund 1800 weitere Schüler.

Laufender Wettbewerb
- Schirmherrschaft: Wirtschaftsminister Ernst Pfister
- Veranstalter ist das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
- Durchführung liegt in Händen des Steinbeis-Transferzentrums für Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim
- Der Sparkassenverband Baden-Württemberg ist der Hauptsponsor der ausgelobten Preise

Dreistufiger Wettbewerb
City-Cup
Sechs Schüler in einem Schulteam spielen gegen bis zu neun weitere Teams aus einem oder mehreren Landkreisen. Dabei haben sie die Aufgabe, ein Bike-Geschäft erfolgreich gegen die Konkurrenz am Markt zu positionieren und durch vier Geschäftsjahre zu leiten. Sieger und Zweitplatzierte erhalten Goldbarren und qualifizieren sich für den Regional-Cup. Die restlichen Teilnehmer erhalten eine kleine Überraschung.

Regional-Cup
Die Teilnehmer leiten ein mittelständisches Fahrradunternehmen in der Rechtsform einer GmbH und vertreiben, entwickeln und produzieren weiterhin Mountain-Bikes. Mit neuen Produkten und in neuen Märkten und bauen sie ihr Unternehmen aus. Die Gewinner erhalten hochwertige Sachpreise und qualifizieren sich für den Landes-Cup.

Landes-Cup
Die erfolgreichsten Teams entfalten mittlerweile als Vorstände einer kleinen Aktiengesellschaft Aktivitäten rund ums Thema Fahrrad. Am Ende von sechs virtuellen Geschäftsjahren entscheidet der Börsengang über den Sieg, und wer zukünftig auf hochwertigen Mountainbikes der Extraklasse einer erfolgreichen Zukunft als Unternehmer entgegenradeln kann.

Weitere Informationen unter www.primanager.de

Schüler lernen in der Teamarbeit ihre spezifischen Fähigkeiten kennen. Sie werden aber auch in betriebswirtschaftliche Zusammenhänge eingeführt und lernen damit ein Fachgebiet kennen, das es – zumindest an den allgemeinbildenden Gymnasien – überhaupt nicht gibt. Immer wieder äußern Schüler nach dem Planspiel, dass es für sie wichtig war, dieses Fach kennen zu lernen und sie auch überlegen, dies dann an unserer Hochschule zu studieren. Seit dem Wintersemester 2004/2005 finden sich in den Anfänger-Vorlesungen der Pforzheimer Hochschule ehemalige PriManager, lernen sich durch die Erkennungszeichen (PriManager-Block, -Kugelschreiber und -Füller) kennen und finden rasch zu einem Austausch über ihre Planspielerfahrungen.

Der eigentliche Schülerwettbewerb wird durch weitere Aktivitäten begleitet. So konnte erreicht werden, dass das baden-württembergische Kultusministerium die erfolgreiche Teilnahme an PriManager als „besondere Lernleistung“ anerkennt. Dies stellt für die Schülerinnen und Schüler einen weiteren Anreiz dar, sich engagiert an diesem Planspielwettbewerb zu beteiligen, da sie dadurch die zweite mündliche Abiturprüfung ersetzen können.

Im Zuge der neuen Oberstufe wurde an den allgemeinbildenden Gymnasien das vierstündige Neigungsfach „Ökonomie“ eingeführt, die Lehrerinnen und Lehrer werden dafür in einem speziellen Programm der Bertelsmann-Stiftung „Ökonomie online“ ausgebildet. Bei den Präsenzphasen ist das PriManager-Team dabei und informiert über Planspiele als Lehr- und Lernmethode.

Äußerst erfolgreich verlief das erste PriManager-Sommer Camp. „Wirtschaft ist das Spannendste, was es gibt“ – so der Kommentar eines Sommer Camp-Teilnehmers, der für die Veranstalter ein großes Lob darstellte. Vom 15. bis zum 20. August 2004 hatten 28 Jugendliche, vor allem ehemalige PriManager, die Gelegenheit in einem Blockkurs im Forum Hohenwart Grundlagen der Betriebswirtschaftlehre zu erlernen, mit Plan-

spielen, Lehreinheiten durch Professoren der Pforzheimer Hochschule und einem anspruchsvollen Rahmenprogramm. Aufgrund der überaus positiven Resonanz fand im August 2005 eine Wiederholung auf der Burg Liebenzell statt.

Ebenfalls neu konzipiert wurde die große Abschlussveranstaltung in der Hochschule am 20. Juli 2005 unter dem Motto „Lust auf Leistung" kombiniert mit einem Planspielevent für ehemalige Spitzensportler.

Zur Preisübergabe der Landessieger waren alle Schülerteams der Schulen eingeladen, die sich über City- und Regional-Cups für den Landes-Cup qualifiziert hatten. Sie reisten mit einem Bus an, der auch Platz für Fans z.B. Mitschüler, Lehrer und Eltern hat. Der Walter-Witzenmann-Hörsaal platzte wie im letzten Schuljahr aus den Nähten und die Schüler gaben einen stimmungsvollen Rahmen für die Ehrung der Landessieger und der Gewinner des Sportlerplanspiels ab. Für diesen Event haben sich prominente Festredner Zeit genommen: Professor Cube sprach über „Lust auf Leistung". Für das baden-württembergische Wirtschaftsministerium zeichnete Professor Dr. Peter Schäfer die PriManager-Landessieger aus, und die Staatssekretärin im Innenministerium, Ute Vogt, ehrte die Sportler.

Für die gesamte Durchführung des Wettbewerbs ist am Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung unter der Leitung von Professor Dr. Rolf Güdemann ein gut eingespieltes Team verantwortlich: Christina Selbach hat die Gesamtorganisation fest im Griff und wird dabei von Samir Khezzar unterstützt, Frau Schroth behält den Überblick über Personal und Finanzen, zahlreiche Pforzheimer Studierende werden aktiv als Organisationsassistenten bei den Planspielen eingesetzt, und die Autorin ist vor allem für die Überzeugungsarbeit bei den Schulen, Lehrerkollegien und Schulbehörden zuständig.

Marketingkonzepte von Primanern.

Die Autorin
Dr. Barbara Burkhardt-Reich ist Lehrbeauftragte für Politologie und organisiert im Auftrag des Fördervereins das Studium Generale. Darüber hinaus ist sie Bereichsleitern für Online-Planspiele beim Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim.

QUALITÄT DIE MAN SEHEN KANN

GOLD STADT DRUCK Komplett-service

Wir nehmen Ihnen den (Digital-) Druck ab.

Schnelle Produktionszeiten auch bei Kleinauflagen von:

Broschüren
Visitenkarten
Einladungen
Programmhefte
Präsentationen
Mailings…und…und…

Personalisierung?? Na klar!
Mit Foto?? Kein Thema!
Gebunden?? Perforiert??...

KONZEPTION
CORPORATE-DESIGN
DESKTOP-PUBLISHING
DIGITALES
MEDIENDESIGN
BILDBEARBEITUNG
COMPUTER-TO-PLATE
DIGITALDRUCK
OFFSETDRUCK
BUCHBINDERISCHE
WEITERVERARBEITUNG

Haben Sie noch Fragen??

Wir sind für Sie da!

FINKENSTEINSTRASSE 6
75179 PFORZHEIM
TELEFON: 0 72 31 _94 47-0
TELEFAX: 0 72 31 _94 47-50
INFO@GOLDSTADTDRUCK.DE
WWW.GOLDSTADTDRUCK.DE

1,4 Milliarden täglicher Ärgernisse

Spam-Mails in Unternehmen – Auswirkungen und Gegenmaßnahmen

von Stephan Thesmann, Marcus Rubenschuh und Martin Schurr

Aktuelle Tendenzen

Unerwünschte Werbe-Mails sind kein neues Phänomen in der E-Mail-kommunikation und doch bricht die Anzahl von so genannten Spam-Mails immer wieder neue Rekorde. Unterschiedliche Erhebungen gehen aktuell von einem Anteil von Spam-Mails am gesamten E-Mail-Verkehr von bis zu 70% aus. In Deutschland sollen aktuell 43% aller Mails Spam sein [Brma04].

Unverlangte Werbe-Mails gibt es dabei schon fast so lange wie die E-Mail selbst. So „feierte" die Spam-Mail vermutlich im Jahr 2003 ihr 25-jähriges Jubiläum. Netz-Historiker fanden beim Sichten von Archiv-Festplatten eine E-Mail, die noch im Vorläufer des heutigen Internets, dem „Arpanet", verschickt wurde und Werbebotschaften enthielt. Die Mail lud zum „Tag der offenen Tür" bei der Firma „Digital Equipment" ein und wurde an alle Benutzer des Arpanet verschickt. Die Werbe-Mail wurde schon damals als Verstoß gegen die nichtkommerzielle Netz-Philosophie gesehen [TempoJ].

Nun sollte man meinen, dass die Internetnutzer durch die zahlreichen Meldungen in den Medien bereits über die dubiosen Angebote aufgeklärt sind und die Versender solcher Mails schon lange keine Interessenten für ihre Angebote mehr finden. Doch die Tatsache, dass uns Angebote zur Vergrößerung von Körperteilen und Erlangung von schnellem Reichtum immer noch täglich mehrfach in den virtuellen Postkorb fallen, lässt das Gegenteil vermuten. In einer Studie des U.S.-amerikanischen Instituts "Pew Internet & American Life Project" zum Thema Spam erklärten immerhin 7% der 2.200 befragten Personen, schon einmal eine Ware bzw. Dienstleistung bestellt zu haben, die in einer unverlangten E-Mail beworben wurde [Fallo03].

Das Prinzip des Werbens mit Spam basiert vor allem auf geringen Versandkosten, die eine große Quantität erlauben. Da der Versand von E-Mails nur unwesentliche Kosten für den Versender verursacht, rechnet sich der Spam-Versand auch noch bei einer Antwortrate von unter 0,001% [Manga02]. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Spammer auf eine sinkende Responsrate einfach mit einer steigenden Versandzahl reagieren. Vielleicht erklärt sich die rasant ansteigende Zahl an Spam-Mails in den letzten Jahren zumindest teilweise auch als Reaktion auf eine steigende Aufklärung der Internetnutzer und eine damit einhergehende schlechtere Responserate.

Die zweite Möglichkeit, mit der Spammer auf eine sinkende Erfolgsrate ihrer „Werbung" reagieren, ist Kreativität in der Erfindung neuer Möglichkeiten, mit Spam Geld zu verdienen. Wurden in der Vergangenheit vorwiegend zweifelhafte oder illegale Produkte und Dienstleistungen angeboten, so wird zunehmend versucht, mit Trickbetrug das schnelle Geld zu machen. Derzeit stellt das so genante „Phishing" ein erhebliches Problem vor allem für Finanzdienstleister und Internet-Versandhändler dar. Phishing bezeichnet das „Abfischen" vertraulicher Daten mittels betrügerischer E-Mails, die scheinbar von seriösen Unternehmen stammen. Meist sind sie als schicke Form-E-Mails mit Kopf und Firmenlogo gestaltet, stammen dem Anschein nach von einem glaubwürdigen Absender und enthalten eben solche Verweise auf entsprechende Web-Adressen. In der Regel ist jedoch mindestens ein Link gefälscht und verweist auf einen „Piraten-Server". Auf diesem ist dann eine gefälschte Internetseite des betroffenen Unternehmens nachgebildet, und die ahnungslosen Nutzer sollen beispielsweise ihre Kreditkartennummer oder ihre Zugangskennung nebst Passwort erneut eingeben, weil dies angeblich nach einer Software-Umstellung oder ähnlichem erforderlich sei.

Da die Versender von Phishing-Mails meist keine Kenntnis über eine bestehende Verbindung zwischen den ihnen zur Verfügung stehenden E-Mail-Adressen und der in den Mails genannten Unternehmen haben, werden Phishing-Mails einfach massenhaft versendet und betreffen vor allem Unternehmen mit einer großen Kundenzahl, da hier die Wahrscheinlichkeit am größten ist, tatsächlich einen Kunden des betroffenen Unternehmens zu erreichen.

Möglichkeiten, mit Spam-Mails Geld zu verdienen gibt es zuhauf. Praktisch sind dem Erfindungsgeist von Spammern hierbei keine Grenzen gesetzt. Letzten Endes ist das Versenden von Spam als solches ja nur die Verbreitungsmöglichkeit bzw. die Bewerbung für das eigentliche Geschäft. Auch wenn E-Mail-Benutzer immer misstrauischer und vorsichtiger gegenüber dubiosen E-Mails in ihrem Postkorb werden, bleibt anzunehmen, dass immer neue „Geschäftsideen" Spam auch weiterhin zu einem lohnenden Geschäft machen.

Adressen und Versand

Gültige E-Mail-Adressen sind eine wesentliche Voraussetzung, um mit Spam Geld zu verdienen. Der Handel mit E-Mail-Adressen ist dabei bereits zu einem eigenständigen Teilgeschäftsfeld geworden. So musste der weltweit größte Internet Service Provider (ISP) America Online (AOL) kürzlich zugeben, dass ein Mitarbeiter des Unternehmens für insgesamt über 150.000 US-Dollar rund 92 Millionen E-Mail-Adressen und Namen von amerikanischen AOL-Nutzern illegal verkauft hat [Hanse04].

Doch auch die E-Mail-Dienste selbst finanzieren sich nicht selten mit der Weitergabe von E-Mail-Adressen. So sichert sich manches Unternehmen in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen ausdrücklich das Recht zu, Kundendaten an Werbeagenturen zu verkaufen.

Dank zunehmender Rechen-, Speicher- und Übertragungskapazität lassen sich Adressen jedoch auch wirtschaftlich im Internet aufspüren. Beliebt sind beispielsweise so genannte Harvester-Programme, die ähnlich wie die Suchprogramme der Suchmaschinen das Internet durchforsten und sich von Link zu Link hangeln. Anders als die Programme der Suchmaschinen suchen diese jedoch ausschließlich nach E-Mail-Adressen. Mit derartigen Programmen lassen

sich in einer Stunde leicht 150.000 Adressen finden. Als Konsequenz ergibt sich, dass jede E-Mail-Adresse, die irgendwo im Internet öffentlich erreichbar steht, früher oder später in den Adresslisten der Spam-Versender landen kann, ob diese nun in einem Online-Gästebuch verewigt ist oder als Kontaktadresse auf einer Firmenseite steht.

Wie stark diese Methode von Spammern genutzt wird, erleben Administratoren von Internetseiten täglich. Im Rahmen eines Versuchs der Hochschule Pforzheim wurde auf der eigenen Internet-Startseite eine für das menschliche Auge nicht sichtbare E-Mail-Adresse eingebunden. Nach nicht einmal 24 Stunden ging die erste Werbemail für diese vorher nicht existente E-Mail-Adresse ein. Ein weiterer Versuch ergab ein noch deutlicheres Resultat für Beiträge in Newsgroups. So hatten Postings in verschieden deutschsprachige Newsgroups bei zwei unabhängigen Versuchen im Schnitt bereits nach 1,5 Stunden die erste Spam-Mail zur Folge. Ein zusätzlich zur Kontrolle angelegter E-Mail-Account beim gleichen Provider erhielt keine Spam-Mails.

Eine weitere Möglichkeit an E-Mail-Adressen zu kommen, liegt in der Durchführung einer so genannten „Brute-Force"-Attacke. Bei dieser Methode nutzt man eine Schwäche des „Simple Mail Transport Protocol" (SMTP) aus. Wird ein Mail-Server von außen angefragt, ob eine bestimmte Mailadresse gültig ist, gibt er meist eine ehrliche Antwort. Dies wird als „Reverse Non-Delivery Report" bezeichnet. Mit einem entsprechenden Tool ist es so möglich, den Mail-Server einer Domain auf gültige Adressen abzufragen, indem einfach nacheinander alle systematisch generierten Adressen einer Domain durchprobiert werden.

Die großen deutschen Free-Mail-Anbieter gehen gegen derartige Attacken nach eigenen Angaben mit einer Überwachung des IP-Verkehrs vor und sperren bei einer entsprechenden Häufung der Anfragen die bereffende Ursprungsadresse. Diese Schutzmaßnahmen scheinen jedoch eher die Ausnahme; die meisten Domains sind nach unseren Untersuchungen gegen diese Angriffe nicht geschützt. Die Domain des Bundestags gab beispielsweise bereitwillig Auskunft über valide Adressen mit der Endung „@bundestag.de".

Im präventiven Schutz der E-Mail-Adresse liegt indes auch der Schlüssel, um Spam gar nicht erst zum Problem werden zu lassen. Ziel muss es sein, die jeweilige E-Mail-Adresse bestmöglich vor unnötiger Verbreitung zu schützen und trotzdem eine offene Kommunikation mit internen und externen Kommunikationspartnern zu gewährleisten. Hierzu sollten Unternehmen ihre Mitarbeiter beispielsweise durch entsprechende Richtlinien und Schulungen anhalten. Für im Rahmen eines Internetauftritts publizierte E-Mail-Adressen empfiehlt es sich, sie so einzubetten, dass der menschliche Betrachter diese zwar sehen und normal nutzen kann, Harvester-Programme sie aber nicht als E-Mail-Adressen identifizieren können.

Im einfachsten Fall lässt sich dies mit der Einbindung der E-Mail-Adresse als Graphik realisieren. Der große Nachteil dieser Methode ist jedoch, dass die Adresse in Form der Graphik nicht mehr funktional angeklickt werden kann (sonst müsste die Adresse wieder im Link genannt werden). Der Besucher müsste die Adresse also „abtippen", was den Grundprinzipien grafischer Benutzungsoberflächen widerspricht und beim Besucher wahrscheinlich auf wenig Verständnis stoßen würde. Ziel einer geschützten Einbindung von E-Mail-Adressen sollte es sein, die bequeme Funktionalität des „Hyperlinkings" zu erhalten. Eine Möglichkeit hierfür ist die Darstellung der E-Mail-Adresse mit dem ASCII- oder HTML-Zeichensatz. Für den Benutzer bleibt die Adresse nach wie vor lesbar, da der Browser die Codierung wieder rückinterpretiert. Diese einfache „Verschlüsselung" macht es den Harvester-Programmen zwar schwerer, eine E-Mail-Adresse zu identifizieren; man muss aber leider davon ausgehen, dass die Folgegeneration der Harvester-Programme den neuen Herausforderungen angepasst sein wird und zukünftig auch HTML-Codes abprüfen und interpretieren kann. Eine sichere und zweckmäßige Form der Einbindung von E-Mail-Adressen ist, dies über den Aufruf von Variablen zu realisieren, welche die eigentliche E-Mail-Adressen beinhalten. Realisieren lässt sich dies mit gängigen Web-Techniken wie JavaScript, Personal Hompage Tools (PHP) oder Java Server Page (JSP) [Lerg03].

Zum Versand von Spam-Mails werden meist fremde Systeme durch den Spammer „angezapft" und als Mail-Relay verwendet. Schlecht abgesicherte Firmennetzwerke und W-LANs - aber auch zunehmend mit einem Breitbandanschluss ausgestattete Privatrechner – machen es dem Spammer meist sehr leicht, unerkannt Spam-Mails zu verschicken. Für den professionellen Versand gibt es – wie zur Adresssammlung auch – fertige Tools. Zunächst kann mit einem Programm wie dem „Open Relay Checker" nach offenen Relays gesucht werden. Damit lassen sich ganze IP-Adressbereiche absuchen und testen. Für zahlende Kunden werden jedoch auch Listen mit entsprechenden Server-Adressen angeboten [Openr03].

Die US-Regulierungsbehörde FTC spricht im Rahmen ihrer Initiative „Secure Your Server" von einer Liste mit fast zwei Millionen offener Relays und korrumpierten Systemen und hat Tausende von Betreibern direkt angeschrieben und eine Absicherung der Server eingefordert [Erme04].

Für die Betreiber von Mail-Servern ist die Absicherung gegen diese Art des Missbrauchs aus zwei Gründen besonders wichtig. Der erste Grund liegt in der Einschränkung der verfügbaren Ressourcen, wenn Netzfremde den Dienst des Mail-Servers in Anspruch nehmen. Der wichtigere Grund liegt jedoch in den Folgen eines illegalen Versands von Spam-Mails sowohl durch netzinterne als auch netzexterne Urheber. Hierbei kann es zu einer Listung der IP-Adresse des missbrauchten Mail-Servers in so genannten schwarzen Li-

sten kommen. Dies kann wiederum zur Folge haben, dass andere Mail-Server, die diese Listen zur Spam-Filterung nützen, alle Mails von dem gelisteten Server als Spam einstufen und die Mails abblocken bzw. filtern. Das Mailsystem des betroffenen Unternehmens kann dann nicht mehr in vollem Umfang am internationalen E-Mail-Austausch teilnehmen.

Um den Missbrauch durch so genanntes Relaying zu verhindern, muss ein Mail-Server so konfiguriert sein, dass er von außen nicht kontaktiert werden kann, um über ihn Mails zu verschicken. Standardmäßig ist für eine SMTP-Verbindung keine Authentifizierung vorgesehen. Das heißt, ein Client hat bereits eine Verbindung über das SMTP-Protokoll mit dem Server, wenn er versucht, seine Mail zu versenden. Antirelay-Maßnahmen werden deshalb mit Hilfe von Antirelay-Filtern und Einstellungen auf SMTP-Level implementiert. Dem Mail-Server müssen hierzu alle berechtigten Domänen und gegebenenfalls auch Subnetze bekannt gemacht werden, die über ihn Nachrichten versenden dürfen. Er kann dann mit Hilfe von Mailfiltern DNS- als auch IP-Adressen-basiert entscheiden, ob der über SMTP aufgenommene Kontaktpartner berechtigt ist, über ihn Mails zu versenden oder nicht und ihn gegebenenfalls abweisen.

Ein anfragender Client, der nicht zum internen Netz gehört, darf in einer sicheren Mailtopologie keine Mails versenden können [Gergen 02, S.137]. Um den Mail-Servers auch gegen den illegalen Versand durch netzinterne Clients zu sichern, wäre in einem nächsten Schritt eine Authentifizierung des versendenden Clients beim Mail-Server notwendig, wie dies bereits beim Abfragen von E-Mails durch den Client mittels Post Office Protocol Version 3 (POP3) oder dem Internet Message Access Protocol Version 4 (IMAP4) gängig ist. Beim erweiterten SMTP-Protokoll, dem Extended-SMTP (ESMTP) lässt sich eine derartige Authentifizierung gegenüber dem Mail-Server relativ einfach mit dem „AUTH-Befehl“ realisieren, der unmittelbar im Anschluss an den Verbindungsaufbau folgt [RFC 2554].

Aktuelle Rechtslage

Spam ist ein globales Problem, wie jedoch bei den meisten globalen Problemen ist man auch bei diesem von einer einheitlichen, staatsübergreifenden Regelung weit entfernt. Aktuell gibt es in knapp 30 Staaten Anti-Spam Regelungen, die jedoch in ihrer Wirksamkeit oft zweifelhaft erscheinen [SpamLoJ]. Des weiteren haben diese nationalen Gesetze in aller Regel nur Gültigkeit für das jeweilige Land. Verschickt ein Spammer seine Mails aus einem Drittland, ist eine Ahndung auf Basis der nationalen Rechte in der Regel nicht bzw. nur sehr schwer möglich. Es herrscht also eine Unverhältnismäßigkeit der Mittel, da nationales Recht auf ein globales Problem bzw. globale Verursacher treffen.

Neben einer Vielzahl von zusätzlichen Bestimmungen und Auflagen in den jeweiligen nationalen Gesetzen gibt es zwei grundsätzlich verschiedene Ansatzpunkte. Unterschieden wird zwischen einer generellen „Opt-in-Regelung“ und einer „Opt-out-Regelung“. Bei der Opt-in-Regelung setzt die Versendung einer werbenden E-Mail grundsätzlich das vorherige Einverständnis des Empfängers voraus. Der Beworbene muss sich also selbst für ein entsprechendes Mailing anmelden. Eine verschärfte Variante ist das so genannte doppelte Opt-in, bei dem sich ein Benutzer erst für ein Mailing anmelden muss und diese Anmeldung dann nochmals mit der Antwort auf eine entsprechende E-Mail des Werbenden bestätigen muss. Die Opt-in-Regelung wird von Verbraucherschützern und Spam-Gegnern favorisiert, da sie einem grundsätzlichen Verbot von „unerwünschten“ E-Mails weitgehend gerecht wird.

Im Gegensatz hierzu nimmt die Opt-out-Variante den Empfänger in die Pflicht, seinen Widerspruch gegen entsprechende Werbemails kund zu tun. Dies kann beispielsweise über einen Eintrag in eine so genannte Robinson-Liste erfolgen, welche die Versender entsprechend beachten müssen. Eine andere Variante sieht einen Opt-out-Link innerhalb einer entsprechenden Mail vor, die der Empfänger anklicken kann, um von zukünftigen Werbemails (dieses Versenders wohlgemerkt, oder auch nur des entsprechenden Mailings) ausgeschlossen zu werden. Die Opt-out-Regelung verbietet „unerwünschte“ E-Mails also nicht grundsätzlich, sondern schränkt den Versand nur ein. Da Spam-Mails international verschickt werden, wäre eine weltweit beachtete Robinson-Liste notwendig, um mit dieser Regelung das Problem Spam-Mails merklich zu vermindern. Die Regelung, dies über einen Opt-out-Link innerhalb einer Mail zu machen, scheint aus Sicht der betroffenen Empfänger mehr als fragwürdig.

In den USA, die als größter Versender von Spam-Mails gelten, ist seit dem 01.01.04 mit dem „Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act” (CAN-SPAM Act) das erste Anti-Spam-Gesetz auf Bundesebene in Kraft. Beachtet der Spammer jedoch ein paar Spielregeln, bleibt das unangeforderte Versenden grundsätzlich weiter erlaubt, da der CAN-SPAM Act die Opt-out-Regelung vorsieht. Verboten ist nach dem neuen Gesetz beispielsweise, unter gefälschten Absenderadressen zu werben. Es muss eine funktionstüchtige Antwort-Adresse oder eine Internetadresse angegeben werden, bei der man sich vom Empfang weiterer Werbemails abmelden kann. Neben dem CAN-SPAM Act haben mehrere Bundesstaaten noch eigene Anti-Spam-Gesetze, die jedoch teilweise durch das Bundesgesetz beschnitten wurden [SpamLoJ].

In der Europäischen Union (EU) ist seit dem 12. Juli 2002 eine Europäische Richtlinie zum Datenschutz in Kraft, die insbesondere gegenüber Privatpersonen ein EU-weites Verbot von unangeforderter E-Mail-Werbung vorsieht. Sofern diese nicht der Aufrechterhaltung einer bestehenden Kundenbeziehung dient, ist E-Mail-Werbung an Privatpersonen nur mit vorheriger Einwilligung der Adressaten gestattet (Opt-in-Verfahren).

Die Bundesregierung hat diese EU-Richtlinie im Rahmen einer Novellierung des Gesetzes gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt und das Verbreiten von unangeforderter E-Mail-Werbung verboten. Allerdings bleibt ein Klagerecht bei Verstößen ausschließlich den direkten Mitbewerbern, Verbraucherverbänden sowie Industrie und Handelskammern vorbehalten. Privaten E-Mail-Nutzern und Gewerbetreibenden, die nicht direkt in einem Wettbewerbsverhältnis zum Versender einer Werbe-E-Mail stehen, bleibt weiterhin nur eine Klage auf Basis der Rechtsgrundlage des §1004 (Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch) Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) sowie damit verbunden ein Recht auf Schadenersatz aus §823 BGB wegen einer „unerlaubten Handlung“. Die gängige Rechtsprechung ist zwar überwiegend der Auffassung, dass die Übersendung unerwünschten Werbematerials per E-Mail rechtswidrig ist, jedoch ist diese Auffassung keinesfalls einheitlich [Tibo02].

Festgehalten werden kann, dass trotz aller Schwächen schärfere nationale Gesetze die Möglichkeiten von Spammern einschränken, bzw. deren Risiko erhöhen, wenn sie denn mit einer nachdrücklich betriebenen Durchsetzung einhergehen. Auf Basis des CAN-SPAM Acts haben US-Bundesbehörden und große Unternehmen wie Microsoft und Yahoo bereits erfolgreich Klagen gegen illegale Spammer eingebracht und für sich entschieden. Auch in Deutschland gab es erfolgreiche juristische Verfahren gegen Spam-Versender.

Schaden durch Spam

Der größte Schaden durch Spam entsteht als „Kollateralschaden“ vor allem aufgrund der massenhaften Versendung. Die Schäden durch direkt betrogene „Kunden“ von Spammern sind im Verhältnis hierzu meist gering. Durch die bereits vorgestellten Zahlen zum weltweiten Spam-Aufkommen bzw. zum Anteil am gesamten E-Mail-Aufkommen von vermutlich weit über 50% wird deutlich, dass schon erhebliche Kosten entstanden sind, bevor sich ein E-Mail-Benutzer überhaupt über ein überfülltes Postfach ärgern kann.

Alleine bei AOL sind im Jahr 2003 eine halbe Billion E-Mails als Spam identifiziert worden (ca. 1,4 Milliarden täglich). Im Durchschnitt waren das 15.000 Spam-Mails für jedes AOL-Mitglied [AOL03]. Für die Provider entstehen hierdurch sowohl Kosten für die Weiterleitung und Zustellung als auch für die Implementierung von Gegenmaßnahmen wie beispielsweise Filtersystemen und zusätzlichen Personalaufwand.

Nach der aktuellen W3B-Erhebung des Marktforschungsinstituts „Fittkau & Maaß“ fühlen sich über 40% der Internetbenutzer in hohem Maße durch Spam-Mails gestört. Der Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. (ECO) spricht in diesem Zusammenhang bereits von einer Verlangsamung, wenn nicht sogar abnehmenden Akzeptanz des Kommunikationsmittel E-Mail bei seinen Benutzern [ECO03]. Die EU-Kommission schätzt auf Basis einer Studie aus dem Jahre 2001 die jährlichen Gesamtkosten für private E-Mail-Benutzer alleine durch das Herunterladen von Spam-Mails auf weltweit etwa 10 Milliarden Euro [GauDr01].

Schäden für Unternehmen – aktuelle Tendenzen

Während bei der privaten Nutzung von E-Mails der Aufwand für die Trennung von Müll-Mails und gewollten E-Mails eher das Freizeitvergnügen einschränkt und die Onlinekosten steigert, geht in Unternehmen teure Arbeitszeit verloren.

Die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young AG hat zu den Auswirkungen von Spam in Unternehmen eine Umfrage unter IT-Verantwortlichen in 124 deutschen Unternehmen durchgeführt. Nach dieser Studie liegt der Anteil von Spam in deutschen Unternehmen bei durchschnittlich 32% des externen E-Mail-Aufkommens. Die Schwankungsbreite der Angaben war dabei sehr hoch und lag zwischen 3% und 90% Spam-Anteil. Für die befragten Unternehmen stellt sich das Problem Spam also sehr differenziert dar. Dass Spam eine zunehmende Gefahr bzw. Behinderung für die Nutzung des Kommunikationsmittels E-Mail darstellt, steht jedoch für die absolute Mehrzahl der befragten IT-Verantwortlichen fest (89%). Über die Hälfte der Befragten sieht auch zunehmend erhebliche Schäden für das eigene Unternehmen durch Spam. Knapp ein weiteres Drittel der Befragten geht derzeit von einer mittleren Schadenswirkung im eigenen Unternehmen aus.

Gefragt nach den Zukunftsaussichten gehen nur 43% der IT-Verantwortlichen davon aus, dass es in absehbarer Zeit möglich sein wird, Spam mit technischen Möglichkeiten ausreichend entgegenzuwirken. Eine merkliche Eindämmung von Spam durch gesetzliche Maßnahmen sehen über zwei Drittel der Befragten als eher unwahrscheinlich an.

Konkrete Problemfälle für das eigene Unternehmen bestehen nach Aussagen der IT-Verantwortlichen vor allem in der Beeinträchtigung der Kommunikationsprozesse. Knapp die Hälfte der Befragten sieht eine starke bis sehr starke Beeinträchtigung als gegeben an. Nur 15% sehen eine nur geringe Beeinträchtigung ihrer Kommunikationsprozesse durch Spam (Vgl. Abb. 1).

Die Auswirkungen auf die Produktivität der Mitarbeiter sehen 39% als stark bis sehr stark an. Weitere 43% gehen von einer mittleren Beeinträchtigung durch Spam aus.

Nach den Direktenkosten und Folgekosten durch Spam gefragt, geben diesen 41% eine starke bis sehr starke Bedeutung für ihr Unternehmen. 45% der Befragten sehen die Kostenverursachung durch Spam als mittelstark an. Lediglich 14% gehen von geringen bis unbedeutenden Kosten durch Spam aus.

Verursachte Kosten im Einzelnen

Die Kosten, die direkt oder indirekt durch Spam verursacht werden, können sehr vielfältig sein und lassen sich meist nur schwer beziffern. Zu nennen sind zum einen Kosten, die in direktem Zusammenhang mit der

technischen Übertragung von Spam-Mails stehen. Diese bestehen einerseits in den Übertragungskosten (Providerkosten) ins und innerhalb des Unternehmensnetzwerk(s) sowie in der zusätzlichen Beanspruchung von Hard- und Software. Die durchschnittliche Größe einer Spam-Mail ist zwar mit 7-10 Kbyte eher gering und wird für die meisten Unternehmensnetzwerke mit einer Internetanbindung im Mega- oder Gigabitbereich kaum ins Gewicht fallen; im Einzelfall ist jedoch die individuelle Situation mit der Anzahl von Spam-Mails und der Art der Internetanbindung für eine individuelle Kostenbetrachtung maßgeblich. Werden Spam-Mails des weiteren nicht ausgefiltert oder durch den Benutzer zeitnah bzw. endgültig gelöscht, können diese weiter Probleme verursachen. Insbesondere durch neuere gesetzliche Anforderungen an eine Archivierung der E-Mail-Kommunikation ergeben sich zusätzliche Kosten und Probleme, wenn Spam-Mails in Sicherungs- oder Archivierungsprozesse mit einfließen.

Ein weiteres Problem kann sich durch eine Weiterverarbeitung von Spam-Mails durch ein Unified Messaging System (UMS) ergeben. Spam-Mails können als Voice-Mail weitergeleitet werden und hierbei erhebliche weitere Kosten verursachen.

Mit der zunehmenden Migration der Telekommunikation auf Voice over IP (VoIP) hat sich auch bereits eine neue Form des Spamming angekündigt. Beim so genannten Spam over Internet Telephony (SPIT) wird Spam als Sprachnachricht versandt.

Neben direkten Übertragungs- und Speicherkosten zieht man zur Ermittlung von Hardwarekosten am zweckmäßigsten die zusätzlich benötigte CPU-Zeit heran, die für das Ausführen von Diensten als eine kritische Ressource und damit einen zusätzlichen Kostenfaktor darstellt. Dies betrifft sowohl das Verarbeiten von Spam-Mails durch den Mail-Server (Empfangen und Weiterleiten) als auch Abwehrmaßnahmen, wie beispielsweise die je nach Filterart und Tiefe u. U. sehr rechenintensive Filterung. Die Hardware muss hier möglicherweise durch zusätzliche Investitionen für das durch Spam erhöhte Mailaufkommen bzw. deren Filterung neu ausgelegt werden.

Neben den Kosten für die beanspruchten Hardwareressourcen können Unternehmen auch Kosten für die Anschaffung von geeigneten Applikationen zum Ausfiltern von Spam entstehen. Neben einer Fülle von kommerziellen Anti-Spam-Produkten existieren zwar auch zahlreiche Filterprodukte in Open-Source-Lizenz. Diese erfordern in der Regel jedoch einen etwas höheren administrativen Aufwand und verursachen damit auch zusätzliche Personalkosten.

Bei der Befragung durch die Ernst & Young AG gaben die befragten IT-Verantwortlichen die einmaligen Kosten für getroffene oder zu treffende Maßnahmen mit durchschnittlich rund 17.500 EUR an.

Bei den laufenden Kosten fällt in der Regel ein zusätzlicher Bedarf an Administrationszeit für die Betreuung von erweiterten Ressourcen als auch für die Administration von Gegenmaßnahmen und den Benutzer-Support an. Die befragten IT-Verantwortlichen gaben einen zusätzlichen wöchentlichen Aufwand von durchschnittlich 4,1 Administratorstunden an.

Produktivitätsverluste und indirekte Folgeschäden

In vielen Unternehmen stellt die E-Mail mittlerweile eines der wichtigsten Kommunikationsmittel dar. Stehen die Mail-Server still, so ist die Beeinträchtigung der täglichen Arbeit und damit der Produktivität meist erheblich. Während Server und Netzwerk mittlerweile eine sehr hohe technische Verfügbarkeit haben, verringert Spam die Verfügbarkeit, indem er den Nutzwert des Kommunikationsmittels selbst herabsetzt. Der Benutzer muss mühsam gewünschte E-Mails und Spam-Mails trennen.

Nach dem geschätzten zeitlichen Arbeitsaufwand für den einzelnen Benutzer befragt, gaben die IT-Verantwortlichen durchschnittlich einen Aufwand von einer Stunde je Benutzer und Woche (12 Minuten täglich) an. Dies entspricht bei einer Arbeitszeit von 40 Wochenstunden umgerechnet einem Produktivitätsverlust von 2,5%. Den befragten Unternehmen entstehen demnach jährlich allein durch Produktivitätsverluste durchschnittlich zusätzliche Kosten von 1.062 EUR für jeden E-Mail-Benutzer. Das Beratungsunternehmen Nucleus Research kommt für US-amerikanische Unternehmen sogar auf Kosten durch Produktivitätsverluste von 1.934 US-Dollar pro Anwender für das Jahr 2004 [Nucl04].

Neben der Verringerung des Nutzwerts beeinträchtigt Spam auch die Verlässlichkeit des Kommunikationsmittels. Durch die Flut von Spam-Mails und immer wieder neue Tricks der Versender ist es für betroffene Benutzer oft schwierig, in vollen Postkörben die Übersicht zu behalten. Damit steigt das Risiko, eine E-Mail fäl-

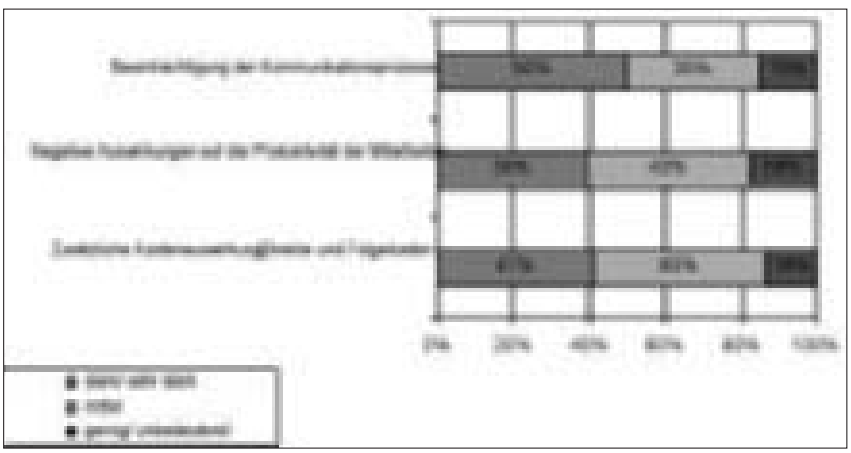


Abb. 1: Allgemeine Einschätzung von Problemfällen im Unternehmen

schlicherweise als Spam auszusortieren. Dieser Umstand wird als „False Positive"-Erkennung bezeichnet und kann sowohl beim automatischen Filtern als auch beim manuellen Filtern durch den Benutzer vorkommen. Durch die Fehlklassifikation werden betroffene E-Mails im günstigsten Fall verspätet zugestellt bzw. gelesen, im schlimmsten Fall erreichen die Mails den Empfänger überhaupt nicht bzw. werden ungelesen gelöscht. Der mögliche Schaden kann von einem kleinen Missverständnis bis hin zum Entgehen von lukrativen Geschäftsmöglichkeiten gehen.

Die Gefahr eines Schadens durch „False Positives" besteht für ein betrachtetes Unternehmen einerseits für empfangene Mails, die im eigenen Unternehmen ausgefiltert werden, andererseits besteht aber auch die Gefahr, dass versendete Mails beim Empfänger nie ankommen, da sie unterwegs oder beim Empfänger fälschlicherweise gefiltert wurden. Die geschätzte False Positive-Rate bei den befragten Unternehmen, die Filtermaßnahmen bereits einsetzen, liegt bei durchschnittlich 3,4%. Werden die Spam-Mails in den Unternehmen dann noch sofort bei der Filterung (beispielsweise auf dem Mailserver) gelöscht wie dies bei 39% der befragten Unternehmen der Fall ist, ergibt dies ein sehr bedenkliches Bild für die Verlässlichkeit der externen Kommunikation per E-Mail in diesen Unternehmen.

Bei der Bewertung der Auswirkungen muss insgesamt beachtet werden, dass sich die Intensität des Problems von Unternehmen zu Unternehmen sehr unterschiedlich darstellen kann, was sich auch in der durchgeführten Umfrage durch die große Bandbreite der Angaben beim Anteil von Spam-Mails am gesamten Mail-Aufkommen widerspiegelt. Bedenklich ist jedoch, dass in rund 36% der befragten Unternehmen der Anteil von Spam-Mail am externen Mailaufkommen überhaupt nicht bekannt war, was darauf schließen lässt, dass ein eventuell vorhandenes Spam-Problem und dessen Intensität noch gar nicht erkannt wurde. Im Vergleich zur Viren- und Wurm-Problematik – ein Viren-Filter gilt heute eigentlich als Standard-Programm für jeden Geschäftsrechner – herrscht bei Spam teilweise wohl noch ein vermindertes Problembewusstsein vor. Die Auswirkung von Spam wird in vielen Unternehmen vermutlich auch deshalb unterschätzt, weil diese sich eher schleichend und weniger bemerkbar vollzieht. Anders als bei Viren und Würmern, wo meist eine direkte und massive Beeinträchtigung der Verfügbarkeit von Systemen und Daten messbar ist, ist bei Spam der schleichende Schaden durch die Verminderung des Nutzwerts der E-Mail-Kommunikation weniger offensichtlich bzw. messbar – aufgrund der Dauerhaftigkeit könnte er jedoch u. U. oftmals größer sein.

Gegenmaßnahmen

Neben den bereits vorgestellten präventiven Maßnahmen gegen Spam liegt in der Filterung des Mailverkehrs die wirkungsvollste Maßnahme für den Endanwender. Für den Einsatz von Filtermaßnahmen zur Spam-Bekämpfung gibt es mittlerweile viele Möglichkeiten. Grundsätzlich sollte im Vorfeld zunächst der Grad der Betroffenheit analysiert und geklärt werden, wie (Benutzer-) differenziert sich das Spam-Problem darstellt. Sollen Filtermaßnahmen eingesetzt werden, sind drei grundlegende Überlegungen anzustellen. Als erstes ist zu entscheiden, ob die Filterung durch einen externen Dienstleister übernommen werden soll oder ob eine interne Filterung betrieben werden kann. Will das Unternehmen die Filterung selbst betreiben, stellt sich als nächstes die Frage, ob diese zentral auf dem Mailserver, dezentral auf den Client-Systemen der Benutzer oder auch beidseitig erfolgen soll. Haben nur wenige Mitarbeiter ein Spam-Problem, so ist es u. U. kostengünstiger, entsprechende Desktop-Filter bei den Betroffenen zu installieren.

Unabhängig davon, ob eine Filterung extern oder intern betrieben wird, ist eine Entscheidung hinsichtlich der Filterstrategie zu treffen. Dies betrifft im Wesentlichen die Überlegung, ob eine als Spam erkannte Mail sofort gelöscht werden soll, oder ob sie dem Empfänger – als Spam gekennzeichnet – weitergeleitet werden soll, damit der Empfänger die Hoheit über seinen Mail-Verkehr behält. Neben der bereits erwähnten Gefahr des False Positive-Klassifikation gilt es hierbei auch rechtliche Aspekte zu beachten. Gestatten Unternehmen beispielsweise ihren Mitarbeitern die private Nutzung des Internets bzw. entsprechender Dienste oder dulden sie dies auch nur, so können sie u. U. als Erbringer von Telekommunikationsdiensten für Dritte (ihre Mitarbeiter) gelten. E-Mails unterliegen dann grundsätzlich dem Fernmeldegeheimnis. Paragraph § 206 Strafgesetzbuch (StGB) verbietet es Unternehmen, die geschäftsmäßig Telekommunikationsdienste erbringen (Provider), ihnen zur Übermittlung anvertraute Sendungen unbefugt zu unterdrücken. Auch für Unternehmen, die nur die dienstliche Nutzung des Internets gestatten, gibt es juristische Fallen beim Einsatz von Spam-Filtern. Nach einer Entscheidung des Bundes-verfassungsgericht (BverfG) dürfen dienstliche Telefonate grundsätzlich nicht durch den Arbeitgeber mitgehört werden (BverfG, Beschluss vom 19.12.1991, Az 1 BvR 382/85). Die Kommunikation per E-Mail kann, nach verbreiteter Ansicht unter Juristen, einem dienstlichen Telefonat durchaus gleichgestellt werden. Dem Arbeitgeber ist es dann nicht gestattet, vom Inhalt eingehender E-Mails Kenntnis zu nehmen. Dies schließt auch die automatisierte Analyse des Inhalts zum Zweck der Identifikation von Spam-Mails ein [HeiTs03]. Weiterhin lässt sich aus Paragraph 303a StGB ein Rechtsverstoß bei der Spam-Filterung ableiten, da hier das Unterdrücken oder Löschen von Daten Dritter als rechtswidrig festgelegt ist. Diese Rechtsvorschrift betrifft im Gegensatz zur Verletzung des Fernmeldegeheimnis (§ 206 StGB) auch Unternehmen, die nicht als Telekommunikationsdienst gegenüber ihren Mitarbeitern auftreten, also die die private E-Mail-Nutzung verbieten [HeiTs03].

Auf der sicheren Seite sind Unternehmen dann, wenn die eingesetzte Filtersoftware Spam-Mails lediglich als solche kennzeichnet, und die Anwender in ihrem Mailprogramm selbst Regeln definieren können, wie mit ihren vermeintlichen Spam-Mails auf dem Server zu verfahren ist. Außerdem sollte eine vorherige Zustimmung des Mitarbeiters (Empfängers) zu durchgeführten Filtermaßnahmen vorliegen. Dies kann etwa innerhalb einer gesonderten Erklärung als Teil des Arbeitsvertrags geschehen bzw. eine entsprechende Regelung als Betriebsvereinbarung festgeschrieben werden. Diese Zustimmung wird juristisch dann als eine „tatbestandsausschließende Einwilligung" gewertet.

Sind diese Punkt geklärt, so ist letztlich noch ein entsprechendes Filterprodukt auszuwählen. Die Entwickler von Spam-Filtern stehen in einem harten Wettstreit mit den Spammern. Neue Filtermethoden werden meist in kürzester Zeit mit neuen Tricks beantwortet, diese zu umgehen. Unterteilen lassen sich Filtermethoden weitgehend in zwei grundsätzliche Filterarten. Zum einen in herkunftsbezogene bzw. adressbezogene Filter, die Mails im Wesentlichen nach Adressdaten bzw. Ursprungsdaten filtern und zum anderen in inhaltsbezogene Filter, die Mails hauptsächlich auf ihren Inhalt hin untersuchen und bewerten. Professionelle Filtersoftware filtert in der Regel nach mehreren verschiedenen Filterarten bzw. Regeln sowohl inhalts- als auch herkunftsbezogen.

Als wichtige Qualitätskenngrößen für ein Filterprodukt gilt die Ausfilterungsrate und die False Positive-Rate. Ein guter Spam-Filter zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass er möglichst viele unerwünschte Mails ausfiltert, aber – noch wichtiger – jede gewünschte E-Mail unverändert und möglichst unverzögert zustellt. Filtert ein System einen Großteil der Spam-Mails richtig aus, macht es weniger aus, die nicht erkannten Spam-Mails von Hand zu löschen. Dies ist für den Benutzer in der Regel weniger aufwändig als der Umstand, wegen einer hohen False Positve-Rate die gefilterten Mails gar nicht zu erhalten, bzw. alle gekennzeichnete Spam-Mails nochmals sorgfältig zu kontrollieren. Im Zweifelsfall ist es also meist besser, eine niedrigere Erkennungsrate zugunsten einer gegen null tendierenden False Positive-Rate zu wählen. Abb. 2 veranschaulicht den beschriebenen Auswahlprozesses für eine Filterung.

Ausblick

Spam hat die Welt der E-Mail-Kommunikation ohne Zweifel bereits verändert und wird auch in Zukunft ein Thema bleiben, da eine wirkliche Lösung des Problems derzeit nicht in Sicht ist. Vielmehr ist der Kampf gegen Spam in vollem Gange, und es ist trotz aller Bemühungen und hoffnungsvoller Ansätze möglich, dass er langfristig auch verloren gehen kann. Insbesondere die zunehmende Zusammenarbeit zwischen Spammern und Hackern entwickelt sich zu einem großen Problem bei der Spam-Bekämpfung. So ist eine „Armee aus Zombie-Rechnern" zu befürchten, von Hackern mit Hilfe von Computer-Würmern und Trojanerprogrammen aufgebaut, die Spam-Attacken in bisher nicht gekanntem Ausmaß durchführen. Man geht davon aus, dass Listen mit kompromittierten Rechnern von den Malware-Autoren an professionelle Spam-Anbieter verkauft werden. Schätzungen gehen von bis zu 250.000 unfreiwilligen Spammern aus, Tendenz steigend. Ferner könnten Mail-Würmer etwa zukünftig Adressbücher von befallenen Systemen auslesen und an Spammer senden oder der ultimative „Spam-Wurm" verschickt sich – einmal losgelassen – selbständig weiter.

Mit der Zunahme von Voice over IP (VoIP) im privaten und geschäftlichen Bereich zeichnen sich bereits neue Betätigungsfelder für Spammer ab. SPIT (SPam over Internet Telephony) wird, wenn es eine Ausbreitung ähnlich wie herkömmliche Spam-Mail erreicht, ein ernsthaftes Problem für die Penetration dieser noch relativ jungen Technik werden.

Auf Seiten der Spam-Gegner verbünden sich mächtige Unternehmen und gehen im Interesse ihres Geschäftes gegen Spammer vor. Grundlegende Gegenmaßnahmen sind zwar bereits in der Diskussion, aber Änderungen bzw. Erweiterungen von erfolgreichen und dementsprechend weit verbreiteten Internetstandards sind nur sehr schwer durchzusetzen bzw. werden wohl nur schwerfällig umgesetzt werden. Derzeit ringen beispielsweise verschiedene Vorschläge, wie sich die Fälschung von Absenderadressen verhindern lässt, um eine breite Akzeptanz bzw. Standardisierung. Neue Techniken, von einzelnen großen Unternehmen oder Koalitionen eingeführt, könnten jedoch auch dazu führen, dass die großen E-Mail-Anbieter ihre Domi-

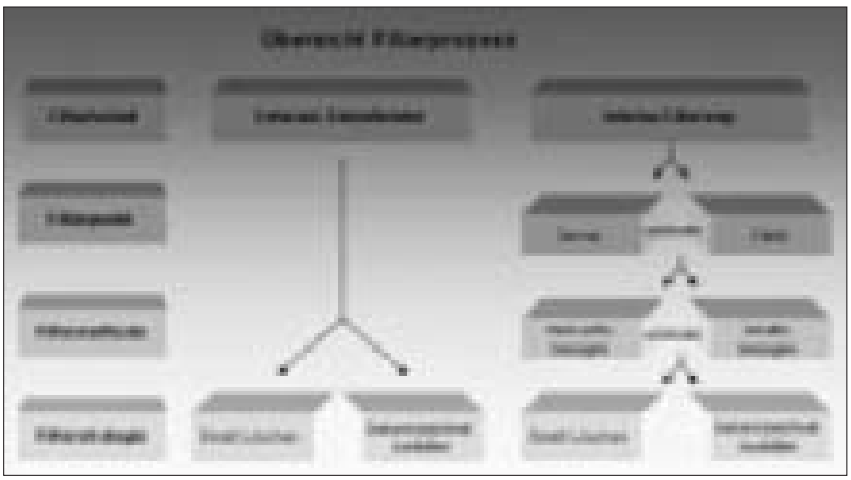


Abb. 2: Auswahl des Filterprozesses

nanz weiter ausbauen und kleinere Provider mit unabhängigen E-Mail-Systemen möglicherweise auf der Strecke bleiben.

Um Spam wirklich spürbar zu verringern, müsste das Problem an der Wurzel angegangen werden, nämlich beim Geschäft mit Spam. Solange sich mit Spam Geld verdient lässt, werden auch Mittel und Wege gefunden werden, dies zu tun. Hier wären vor allem multinationale Ansätze seitens legislativer und exekutiver Stellen gefordert, was für die absehbare Zukunft jedoch vermutlich nicht in ausreichendem Maße zu erwarten sein wird. So haben sich erst kürzlich die Experten der US-Regulierungsbehörde FTC gegen die Einführung einer Robinson-Liste für unerwünschte E-Mail-Werbung ausgesprochen, zu deren Einrichtung die Behörde im Rahmen des CAN-SPAM Act berechtigt gewesen wäre. Die wichtigste Begründung lautete dabei, dass für die Durchsetzbarkeit einer solchen Liste zunächst eine wirksame Infrastruktur für die Authentifizierung von E-Mail-Absendern eingerichtet werden müsste, weil andernfalls eine solche Liste eher als Adressbuch für Spammer dienen würde. Der Ball liegt also wieder bei der Technik, und der E-Mail-Nutzer bleibt weiter auf sich gestellt.

Die Autoren

Dr. Stephan Thesmann ist Professor im Hochschulbereich Wirtschaft und leitet das Hochschulrechenzentrum.

Marcus Rubenschuh ist Senior Manager und verantwortlich für den Produktbereich IT-Security bei der Ernst & Young AG.

Martin Schurr ist Absolvent des Studiengangs Betriebswirtschaft/Wirtschaftsinformatik der Hochschule Pforzheim und Assistent im Bereich Risk Advisory Services der Ernst & Young AG.

Literatur

[AOL03] America Online Inc., America Online Releases 'Top 10 Spam' List of 2003, Pressemitteilung vom. 31.12. 2003,http://media.aoltimewarner.com/ media/press_view.cfm?release_num=55253692, Abruf 01.08.2004.

[Brma04] Brightmial Inc. Spam statistic, http://www.brightmail.com/spamstats.html, Abruf 05.08.2004.

[ECO03] Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V., Statement zu unverlangt zugesendeter elektronischen Post, http://www.eco.de/servlet/PB/show/1220438/20030919-BecoStatement-SPAM.pdf, Abruf 01.08.2004.

[Erme04] Ermert, M., Strategierunde der Anti-Spam-Krieger, C´t-Magazin, Heft 4/2004, S. 32.

[Fallo03] Fallows, D., Spam How It Is Hurting Email and Degrading Life on the Internet, PewInternet & American Life Project, http://www.pewinternet.org/reports/pdfs/PIP_Spam_Report pdf, Abruf 29.07.2004.

[GauDr01] Gauthronet, S., Drouard, É., Unerbetene kommerzielle Kommunikation und Datenschutz – Zusammenfassung der Schlussfolgerungen der Studie (GD Binnenmarkt – Vertrag Nr. ETD/99/B5-3000/E/96 Januar 2001), http://europa.eu.int/comm/internalmarket/privacy /docs/studies/spamsum_de.pdf, Abruf 02.08. 2004.

[Gergen 02] Gergen, P., Internetdienste, Addison-Wesley Verlag, München u. a. 2002, S. 137.

[Hanse04] Hansell, S., AOL Worker Is Accused Of E-Mail Theft, The New York Times, http://query.nytimes.com/gst/abstract.html?res= FB0C13FC355D0C778EDDAF0894C404482, Abruf 01.08.2004.

[Heise04] Heise-Online, Postbank warnt vor Phishing, http://www.heise.de/newsticker/ meldung/49049, Abruf 01.08.2004.

[HeiTs03] Heidrich, J., Tschoepe, S., Strafbares Filtern, C't-Magazin, Heft 26/ 2003, S. 186.

[Lerg03] Lerg, A., Werbemails loswerden & verhindern, Data Becker Verlag, Düsseldorf 2003.

[Manga02] Mangalindan, M., For Bulk E-Mailer, Pestering Millions Offers Path to Profit,http://www.alanluber.com/storiesnolongeronweb/WSJ_com%20-%20For %20Bulk%20E-Mailer,%20Pestering%20Millions%20Offers%20 Path%20to %20Profit.htm, Abruf 30.07. 2004.

[Nucl04] Nucleus Research, Spam – The serial RoI Killer, http://nucleusresearch.com, Abruf 02.08.2004.

[OpenroJ] OpenRelayCheck.com,http://www.openrelaycheck.com, Abruf 30.08.2004.

[RFC 2554] RFC 2554, SMTP Service Extention for Authentication, Myers, J., Nestcape Communications März 1999, http://www.ietf.org/rfc/rfc2554.txt, Abruf 02.08.2004

[SpamLoJ] Spam Laws, Spam Laws: United States, http://www.spamlaws.com, Abruf 03.08. 2004

[Temp0J] Netzeitung, Jubiläum ohne Gratulanten: 25 Jahre Spam, http://www.netzeitung.de/internet/237876.html, Abruf 01.08.2004

[Tibo02] Tilbor, I., Leclaire, A., Internet, Hyperlinks, ISP & Co. Beck-Rechtsberatung im DTV-Verlag, München 2003

Öko-Effizienz oder Sustainable Value Added

Wie umweltfreundlich ist ein Unternehmen? – Ein IAF-Projekt

von Mario Schmidt

Diese einfache Frage lässt sich heute immer schwerer beantworten. Vor wenigen Jahren reichte noch ein Blick in den Umweltbericht oder die Umwelterklärung des Unternehmens, um festzustellen, wie viel Emissionen, Abwasser, Abfälle oder Ressourcenverbrauch durch die Produktion verursacht werden. Doch wie beurteilt man die Umweltauswirkungen eines Unternehmens, dessen Fertigungstiefe immer weiter sinkt und dessen umweltrelevante Prozesse weiter ausgelagert werden, teilweise sogar aus dem Einflussbereich Deutschlands oder der EU heraus? Ist ein Unternehmen noch umweltfreundlich, wenn es selbst „clean" ist, aber Teile einkauft, die in Fernost nach schlechten Umweltstandards billig produziert wurden?

Der ursprüngliche Produktionsstandort verliert an Bedeutung – nicht nur für die Arbeitsplätze, auch, um die Umweltauswirkungen eines Unternehmens an etwas festzumachen und ggf. durch entsprechende Maßnahmen dagegen zu steuern. Das nahezu gesamte Umweltrecht Deutschlands ist auf den Standort fixiert und regelt dort mit Grenzwerten die Emissionen und Immissionen.

Aber nicht einmal das in der EU neu eingeführte „Emission Trading", mit dem die Rechte für Treibhausgasemissionen marktwirtschaftlich gehandelt werden, bringt Abhilfe. Unter dem Stichwort des „Carbon Leakage" fassen Fachleute die Befürchtungen zusammen, dass es bei einem räumlich begrenzten Emissionshandel zu einer Verlagerung der unerwünschten Emissionen außerhalb des für den Handel geltenden Bereichs kommt, z.B. in Dritte Welt-Staaten oder nach China (Metz et al., 2001, S. 542 ff.). Das kann durch Preiseffekte, aber auch durch Verlagerung von Produktionsstandorten erfolgen.

Die Meinungen hierzu, wie hoch dieser Effekt sein wird, sind unterschiedlich. Pessimistische Szenarien befürchten gar eine vollständige Kompensation der bei dem Emissionshandel geplanten eingesparten Mengen (Babiker, 2005).

Die Bedeutung der Supply Chain

Die Konsequenz daraus ist, dass die Umweltbelastungen nicht mehr allein standortbezogen, sondern längs der Wertschöpfungskette betrachtet werden müssen. Die Idee ist nicht besonders originell, denn sie wird bei der Ökobilanzierung von Produkten schon seit langem umgesetzt: Die Umweltbelastungen, die mit einem Produkt verbunden sind, werden über den gesamten Produktlebensweg von der „Wiege" – der Entnahme von Rohstoffen aus der Umwelt – bis zur „Bahre" – der Deponierung der Abfälle – verfolgt. Doch ein solches Life Cycle Assessment (LCA), das auch durch die ISO international normiert wurde (ISO 14.040, 1997), ist sehr aufwendig. Die Analysen können nur für strategisch oder umweltpolitisch besonders relevante Produkte oder Produktgruppen durchgeführt werden. Ein regelmäßiges Berichtswesen eines Unternehmens, in dem die Ökobilanzen aller seiner Produkte verzeichnet sind, wird es nie geben.

Was mit dem Produktbezug von Ökobilanzen allerdings überwunden wäre, stellt bei den Unternehmens- oder Standortbilanzen bis zum heutigen Tag ein zentrales Problem dar: Umweltverschmutzung ist kein Selbstzweck, sondern unerwünschte Begleiterscheinung des wirtschaftlichen Leistungsprozesses, also der Schaffung von Produkten und Dienstleistungen. Die Umweltbelastung muss deshalb immer im Zusammenhang mit dieser Leistung betrachtet werden – bei der Produktbilanz ist das trivial, der Bezug ist eben ein Produkt selbst oder deren so genannte „functional unit". Aber bei den Unternehmensbilanzen hat es sich noch nicht eingebürgert, den Emissionen etwas gegenüberzustellen. Was sollte man auch wählen? Die Tonnen an produzierten Gütern? Die Anzahl an Produkten? Den Marktwert der Produkte?

Schlagwort Öko-Effizienz

Bereits Anfang der 90er Jahre wiesen Vertreter der neu entstehenden Disziplin des Umweltmanagements darauf hin, dass der Schadschöpfung eines Unternehmens stets die Wertschöpfung gegenüber gestellt werden müsse und sich daraus so etwas wie die „Öko-Effizienz" ergebe (Schaltegger u. Sturm, 1990). Die Emissionen in Tonnen werden beispielsweise durch eine Art Wertschöpfung (Umsatz minus Vorleistungen) in Euro oder Dollar geteilt. Über dieses Prinzip ist in den vergangenen Jahren viel diskutiert worden (z.B. Sahling, 2002). Es gibt von der UN Publikationen zu Eco-Efficiency (UNCTAD 2004). Es gibt sogar Überlegungen, es zu einem Sustainable Value Added zu erweitern (Figge u. Hahn, 2004). Aber was macht man mit einem Unternehmen, das lediglich billige Teile aus Fernost kauft, in seinen Produkten einsetzt, mit einer bekannten Marke versieht und dann auf dem europäischen Markt teuer verkauft? Unter Öko-Effizienzgesichtspunkten wäre das die optimale Strategie: keine eigenen Emissionen, aber maximale „Wertschöpfung". Die Umwelt würde trotzdem verschmutzt.

Deshalb ist in den letzten Jahren immer wieder darauf hingewiesen worden, dass Unternehmen auch eine (Umwelt-)Verantwortung für die Auswahl ihrer Lieferanten haben. In dem Öko-Audit, das von der EU vor 4 Jahren novelliert wurde, wird explizit auf die Bedeutung der Lieferanten hingewiesen und dass sie im Umweltmanagement berücksichtigt werden müssen (EU 2001). Aber kaum ein Unternehmen praktiziert das. Wie Pilotprojekte etwa beim Otto-Versand zeigten, ist die Einbeziehung der vorgelagerten Supply Chain eine schwierige Aufgabe. Wie kann die Verantwortung über eine Kette von mehreren Lieferanten effektiv weitergereicht werden? An welchen Aspekten macht man die Umweltfreundlichkeit der Produkte fest und wie misst man sie? Schon bei solch einfachen Themen wie der Kinderarbeit wird ein ausgeklügeltes Lieferantenbewertungssystem notwendig, um sicher zu gehen, dass nicht doch der Lieferant vom Lieferanten am anderen Ende der Welt Kinder beschäftigt.

Es ist also notwendig, die Umweltbelastungen – wie bei den Lebens-

wegbilanzen für Produkte – über die gesamte Supply-Chain zu verfolgen und sie dann jenen Unternehmen zuzurechnen, die damit an den Markt gehen. Diese Verfolgung muss einfach zu handhaben und auch für eine größere Produktpalette eines Unternehmens zu bewerkstelligen sein.

Eine Lösung mit Intensität

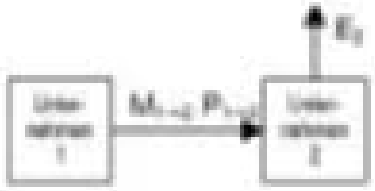
Am Institut für Angewandte Forschung der Hochschule Pforzheim wurde hierzu in den vergangenen zwei Jahren mit Fördermitteln des Landes Baden-Württemberg ein Konzept (WEMUK – Wertschöpfungsbasierte Erfolgsmessung unternehmensbezogener Klimaschutz-Aktivitäten) entwickelt, mit dem genau das ermöglicht wird (Schmidt u. Schwegler 2005). Es basiert auf so genannten Kumulierten Emissionsintensitäten (CEI): Die Emissionen – z.B. die CO2-Emissionen (aber es geht auch für alle anderen Umweltbelastungen) – werden über die gesamte Wertschöpfungskette aufaddiert und ins Verhältnis zu dem Wert des Produktes (z.B. Markpreis x Menge) gesetzt. Das ist quasi der Kehrwert der gebräuchlichen Ökoeffizienz, aber er kumuliert die Emissionen über die Supply Chain auf. Es ergibt sich ein rekursives System an Kennzahlen (eben den Kumulierten Emissionsintensitäten), bei dem von Lieferant zu Lieferant lediglich die Angabe zum bisher aufgelaufenen „Umweltrucksack“ weitergereicht wird. Jedes Unternehmen muss nur eine Lieferantenstufe zurück betrachten, die notwendigen Daten zur Berechnung der eigenen Kumulierten Emissionsintensität liegen im Unternehmen in der Regel vor; es sind Daten zur direkten Emission, zum Einkauf oder zum Umsatz des Unternehmens; die neu erzeugte Kumulierte Emissionsintensität wird dann an den nächsten Kunden in der Kette weitergereicht.

Diese Kumulierte Emissionsintensität bezieht sich auf die gesamte Produktpalette des Unternehmens. Hier liegt auch der Unterschied zu den o.g. Produktökobilanzen. Bei den LCA wird versucht, die Umweltbelastungen technisch ursächlich den einzelnen Produkten zuzurechnen: Ein „sauber“ produziertes Produkt schneidet gut ab, ein „schmutzig“ produziertes schlecht. Das ist bei einer großen Produktpalette oder bei Kuppelproduktionen immer wieder ein Problem und wirft Zurechnungsfragen auf, mit denen sich die Wirtschaftswissenschaften schon seit Adam Smith

Infokasten zur Bildung der Kumulierten Emissionsintensität

Im Fall einer einfachen Wertschöpfungskette mit 2 Unternehmen setzt sich die Kumulierte Emissionsintensität e_2 des zweiten Unternehmens aus 2 Termen, den direkten Emissionen des Unternehmens $E2$ und dem „Emissionsrucksack“ der eingekauften Vorprodukte zusammen, der mit dem e_1 des ersten Unternehmens gebildet werden kann:

$$e_2 = \frac{1}{U_2}\left[E_2 + e_1 \cdot M_{1\to 2} \cdot P_{1\to 2}\right]$$



e_i Kumulierte Emissionsintensität des Unternehmens i
E_i Direkte Emissionen des Unternehmens i
$M_{i,j}$ Menge des gelieferten Produktes vom Lieferanten j zum Unternehmen i
$P_{i,j}$ Preis des gelieferten Produktes vom Lieferanten j zum Unternehmen i
U_i Umsatz von Unternehmen i

Für das Unternehmen 1 wird das e_1 entsprechend mit einer Lieferantenstruktur gebildet. In der folgenden Formel steht die allgemeine Form für eine beliebige Anzahl von Lieferanten und gelieferten Produkten. Hierbei werden auch Entsorger und Dienstleister des Unternehmens i einbezogen.

$$e_i = \frac{1}{U_i}\left[E_i + \sum_{x\in\{\text{Entsorger}\}} e_x\left(\sum_{k\in\{\text{Produkte}\}} M^x_{ik} \cdot P^x_{ik}\right) + \sum_{x\in\{\text{Lieferanten}\}} e_x\left(\sum_{k\in\{\text{Produkte}\}} M^x_{ik} \cdot P^x_{ik}\right)\right]$$

M^E_{ik} Menge des entsorgten „Übels“ („bad“) k von Unternehmen i bei Entsorger j
M^L_{jk} Menge des gelieferten „Gutes“ k vom Lieferanten j zum Unternehmen i
P^E_{ik} Entsorgungspreis von „Übel“ k von Unternehmen i bei Entsorger j
P^L_{jk} Preis des gelieferten „Gutes“ k vom Lieferanten j zum Unternehmen i
U_i Umsatz des Unternehmens i

(1776, S. 225) und John Stuart Mill (1848, S. 418 f.) beschäftigt. Die Kumulierte Emissionsintensität bezieht sich dagegen auf das Gesamtunternehmen und versucht eine Gesamtperformance abzubilden. Ein Unternehmen kann diese ökologische Gesamtperformance dadurch verbessern, dass es ein breites Produktportfolio anbietet, in dem „clean products" genauso vertreten sind wie ökologisch zweifelhafte Produkte, welche aber meistens einen wichtigen Beitrag zum ökonomischen Gesamterfolg liefern. Es kommt nicht mehr auf die Einzeloptimierung von Produkten, sondern auf die Optimierung des Gesamtsystems an – eine durch und durch ganzheitliche Sichtweise.

Diese Sichtweise ist ökologisch und ökonomisch oft sinnvoller: So wurde bei der Frage des Altpapiereinsatzes immer wieder seitens der Industrie darauf hingewiesen, dass die Optimierung von umweltfreundlichem Recyclingpapier (100 % Altpapiereinsatz) und dessen Förderung am Markt das Eine sei; sinnvoller sei es aber, den Altpapiereinsatz im Markt insgesamt zu erhöhen – aus technischen und Marketing-Gründen ist das mit einem Papier, das auch einen gewissen Neufaseranteil enthält, aber nicht mehr „öko" ist, oft leichter zu erreichen.

Trotz der Produktbündelbetrachtung möchte man natürlich irgendwann wissen – spätestens wenn ein Kunde das Produkt des betreffenden Unternehmens verwendet –, welcher „Umweltrucksack" auf dem Produkt lastet. Bei dem CEI-Ansatz wird nicht nach technisch ursächlichen Regeln die Umweltbelastung des produzierenden Unternehmens auf die vielen Produkte verteilt, sondern gemäß dem ökonomisch messbaren Nutzen des Produktes. Es wird hier also das so genannte ökonomische Tragfähigkeitsprinzip aus der Kuppelprozessrechnung angewendet und eine Verteilungsrechnung durchgeführt (Steger, 1996, 316f. oder Kilger, 1993, 6).

Umweltschutz mit Maximalprinzip

Diese andere Vorgehensweise hat eine grundsätzliche Konsequenz bei der Bewertung von unternehmerischen Handlungen. Die Betrachtung der Emissionsintensität impliziert die Berücksichtigung des mit der Emission verbundenen Nutzens; eine Minderung der Emissionsintensität kann nämlich auch durch Nutzenerhöhung erreicht werden. Es geht also nicht mehr um das reine Minimalprinzip wirtschaftlichen Handelns (z. B. Emissionsminderung durch technische Maßnahmen), sondern auch um das Maximalprinzip (Erhöhung des wirtschaftlichen Nutzens). Ähnlich wie bei der Kuppelproduktion wechselt die Herkunftsorientierung des betrieblichen Denkens zur „Hinkunftsorientierung" (Riebel, 1955,149 f.). Vereinfacht könnte man sagen: Während die LCA danach fragt, warum die Umweltbelastung durch das Produkt so groß ist, wird mit dem CEI-Ansatz versucht, den Nutzen der Umweltbelastung zu optimieren.

Moderne Ansätze aus der Produktionstheorie, die jüngst wieder verstärkt in den Brennpunkt der betriebswirtschaftlichen Fachdiskussion rückt (siehe z.B. Dyckhoff 2003 oder Schneeweiß 2004), können dazu genutzt werden, die CEI nicht nur für klassische lineare Supply Chains anzuwenden, sondern sie auch auf Closed Loop Supply Chains zu übertragen, bei denen Recycling und Kreislaufwirtschaft ein fester Bestandteil ist. So kann – was bei LCA Standard ist – die Nutzungs- und Entsorgungsphase von Produkten für die „Emissionsrucksäcke" mit einbezogen werden.

Die Idee ist dabei, die Produktionsprozesse oder sogar ganze Prozessketten nicht nach ihrem Input und Output zu analysieren, sondern nach Aufwand und Ertrag (Schmidt 2005). Die Frage, ob etwas ein Ertrag ist, wird vorrangig ökonomisch beantwortet. So ist die Produktion von Gütern ertragreich; aber die Beseitigung von Abfällen, oder allgemeiner: von Übeln, kann ebenfalls ökonomisch gewünscht sein. Umgekehrt wird als Aufwand nicht nur der Einsatz von Faktoren, z.B. Rohstoffen, sondern auch die Freisetzung von unerwünschten Emissionen verstanden. Diese Kategorisierung von Wirtschaftsobjekten in einer ordinalen Skala (Gut, Neutrum, Übel) zusammen mit einem Aufwands- und Ertragsgraphen liefert das methodische Gerüst, die Kumulierten Emissionsintensitäten für die Produktions-, Nutzungs- und Entsorgungsphase gleichermaßen anzuwenden.

Ausblick

Was ist damit gewonnen? Die Kumulierten Emissionsintensitäten bieten eine Antwort auf die Frage, wie gut die Umweltperformance eines Unternehmens ist. Sie beziehen die unmittelbare Produktion des Unternehmens ein, aber auch die vorgelagerte Supply Chain, auf die das Unternehmen – bei Vorhandensein von Information – durchaus Einfluss mittels Lieferantenwahl nehmen kann. Sie beziehen die Nutzungs- und Entsorgungsphase ein, was relevant für die Produktentwicklung ist. Und sie orientieren sich nicht nur – wie lange im Umweltschutz üblich – an einem Minimalprinzip, sondern auch an dem Maximalprinzip wirtschaftlichen Handelns – was den ständigen Konflikt zwischen Umweltschutz und Wirtschaftlichkeit aufzulösen hilft.

Wo liegen die offenen Fragen: Das System der kumulierten Emissionsintensitäten muss auf einem klar definierten Erfassungsrahmen aufbauen. Hierzu sind einheitlich für alle Unternehmen eindeutige Vorschriften anzuwenden, z.B. welche Kostenarten aus einem bestimmten Kontenrahmen für die Ermittlung der Emissionsintensitäten verwendet werden. Weiterhin müssen Vorgaben gemacht werden, wie im internationalen Rahmen Umsätze verrechnet werden. Das Hauptproblem ist aber die Aufbauphase eines solchen Systems – durch die Rekursivität braucht ein Unternehmen stets die kumulierten Emissionsintensitäten der Lieferanten. Hier müsste zu Beginn also mit Schätzverfahren gearbeitet werden, um zu ersten verwertbaren Aussagen über die jeweilige Vorkette zu kommen.

Dafür bietet das System viele interessante Entwicklungslinien. So kann

zum Beispiel ein Dritte-Welt-Land seine Umweltperformance dadurch verbessern, dass es weniger Emissionen freisetzt oder der Wert der Produkte steigt. Letzteres bedeutet aber nichts anderes als eine stärkere Teilhabe an der Wertschöpfung innerhalb der internationalen Wertschöpfungsketten und ist eine zentrale Forderung im Rahmen der globalen sozialen Gerechtigkeit. Das System enthält damit alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: die ökologische, die ökonomische und die soziale Perspektive, letztere sogar auf einem inhaltlichen Niveau, wie es von den Protagonisten des Sustainable Developments ursprünglich gemeint war (WCED 1987) – nämlich im Zusammenhang mit der so genannten Nord-Süd-Problematik der Reichtumsverteilung.

Der Autor
Mario Schmidt ist Professor für Ökologische Unternehmensführung und Direktor des Instituts für Angewandte Forschung.

Quellen

Babiker, M. H. (2005): Climate change policy, market structure, and carbon leakage. In: Journal of International Economics Vol. 65, S. 421-445.

Dyckhoff, H. (2003): Neukonzeption der Produktionstheorie. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 73. Jg., H. 7, 705-732.

EU (2001): Verordnung (EG) Nr. 761/2001 des europäischen Parlamentes und des Rates vom 19. März 2001 über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (EMAS), Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften v. 24.4.2001, L 114/1-29.

Figge, F. & Hahn, T. (2004): "Sustainable Value Added. Measuring Corporate Contributions to Sustainability Beyond Eco-Efficiency", Ecological Economics, Vol. 48 (2), 173-187.

ISO 14.040 (1997): Environmental management — Life cycle assessment — Principles and framework. Genf.

Kilger, W. (1993): Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 10. Aufl., Wiesbaden.

Metz, B., O. et al. (Hrsg.) (2001) "Climate change 2001: Mitigation", Cambridge University Press, Cambridge.

Mill, J. S. (1848): Principles of Political Economy. In der dt. Übersetzung von Adolf Soetbeer (1864), Hamburg.

Riebel, P. (1955): Die Kuppelproduktion. Betriebs- und Marktprobleme. Köln/Opladen.

Sahling, P. et al. (2002) Eco-efficiency Analysis by BASF: The Method. International Journal of Life Cycle Assessment, Vol. 7 (4), 203-218.

Schaltegger, S., Sturm, A. (1990): Ökologische Rationalität, Die Unternehmung 4, S. 273-290.

Schmidt, M. (2005): A production-theory-based framework for analysing recycling systems in the e-waste sector. In: Environmental Impact Assessment Review, Vol. 25. Im Druck.

Schmidt, M., Schwegler, R. (2005): Measuring Climate Intensities of Sites or Companies, In: The Third Conference of the International Society for Industrial Ecology, 13.-15. Juni 2005 in Stockholm.

Schneeweiß, C. (2004): Aufbruch zu welchen Ufern? Bemerkungen zu Dyckhoff's „Neukonzeption der Produktionstheorie", In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 74. Jg., H. 5, 499-506.

Smith, A. (1776): An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. In der dt. Übersetzung von M. Streissler (1999), Bd. 1, Düsseldorf.

Steger, J. (1996): Kosten- und Leistungsrechnung. München.

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development (2004): A Manual for the Preparers and Users of Eco-efficiency Indicators. New York.

WCED – World Commission on Environment and Development (1987): Our Common Future. Oxford/New York.

Von der Website zum Markeninterface

von Wolfgang Henseler

Als vor mehr als 2000 Jahren die ersten Bücher erfunden wurden, dachte niemand daran, dass im Jahre 2005 nach Christus die Menschen noch immer das gleiche System zur Informationsverbreitung nutzen würden. Beim Buch spielt die Seite als zentrales Organisationselement zur Platzierung der lesbaren Inhalte eine wichtige Rolle, besteht ein Buch doch in der Regel aus vielen fest miteinander verbundenen Seiten, die durch eine Hülle ummantelt werden. Anders sieht dies beim Internet aus. Dieses besitzt keine Hülle, welches einzelne Seiten umschließt, sondern ist ein dynamisches System, welches Inhalte an einem Bildschirm per Mausklick bereitstellt. Diese zeichnen sich in der Regel dadurch aus, dass sie hypertextuell miteinander verknüpft sind und möglichst multimedial und interaktiv daherkommen sollten, um eine hohe Akzeptanz bei den Nutzern zu erlangen.

Da jedes neue Medium auf dem Weg zu seiner eigenen Formensprache zunächst die Welt der Metaphern durchläuft, wunderte es also am Anfang niemanden, dass dies auch beim Internet so war und deren Nutzer von so genannten Internet-SEITEN sprachen. Metaphern als gedankliche Bilder helfen uns Menschen, den Umgang mit neuen Dingen einfacher zu verstehen. So sahen beispielsweise die ersten Autos zunächst so aus wie modifizierte Kutschen ohne Pferde, da den Entwicklern die Vorstellung einer eigenen Formensprache, fehlte. Und auch beim Internet greifen wir nach über 10 Jahren wirtschaftsorientierter Nutzungszeit bei dessen Weiterentwicklung immer noch auf die alte Metapher einer Internet-SEITE zurück.

Dabei haben sich die technologischen Möglichkeiten des Internets in den letzten 5 Jahren rasant entwickelt. So gibt es Content-Management-Systeme, die es uns erlauben, sehr dynamisch Inhalte im Internet bereitzustellen, Tracking-Systeme, die Nutzungsverhalten beobachten und auswerten können sowie Datenbank-Systeme, die adaptive Datenbereitstellungen ermöglichen. Die rapide Verbreitung der Flash-Technologie hat dazu geführt, dass trotz eingeschränkt zur Verfügung stehender Bandbreite schon verhältnismäßig multimedial kommuniziert werden kann. Semantische Netzwerktechnologien erlauben es uns sogar, dass sich Informationen bei Bedarf individuell anpassen. Eigenschaften, die der – aus der Buchmetapher kommenden – klassisch gedachten Seite im Internet bei weitem nicht mehr gerecht werden. Die Metapher der Internetseite ist also längst an ihre Grenzen gelangt und stellt keine zeitgemäße Form der Informationspräsentation mehr dar. Vor allem dann nicht, wenn es um emotionale und erlebnisorientierte Kommunikation und Interaktion von Marken im Internet geht. Dieser Bruch spiegelt sich bereits überall im Internet wider und wird am besten bei den so häufig „angedockten“ Microsites spürbar, bei denen klassische und moderne Internetkommunikation aufeinander prallen.

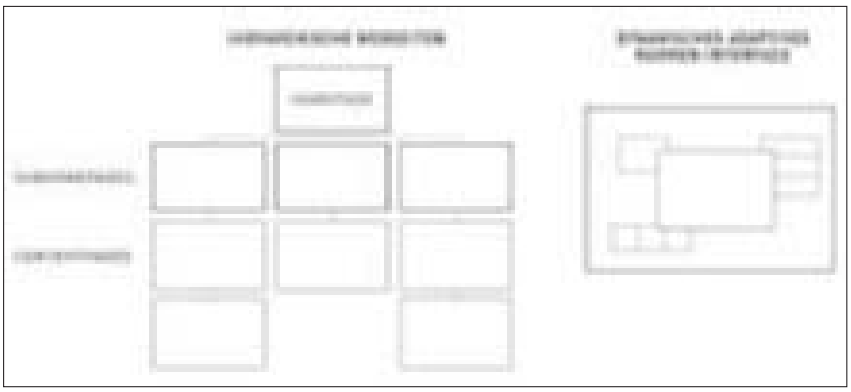
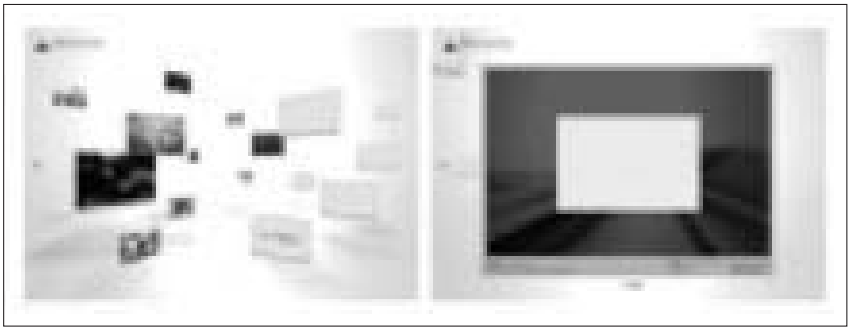


Abb. 1: Grundprinzip: Webseiten versus Marken-Interface

Wie aber sieht die nächste Generation von Internetseiten aus und ist es überhaupt noch adäquat, von Seiten zu sprechen? Steve Jobs, der CEO von Apple Computer, drückte es vor einigen Jahren mit dem Slogan „think different“ aus, als er unser Vorstellungsbild des grauen Desktop-Computers hin zu einem Lifestyle-Produkt veränderte. Dieses „Andersdenken“ zeichnet seit jeher diejenigen aus, die als kreativ denkende Geschöpfe unsere Gesellschaft voranbringen. So prägte ein weiterer Nonkonformalist namens Albert Einstein den klassischen Satz: „The problems we are facing can´t be solved by the thinking that created them.“

Beide Aussagen treffen heutzutage besser denn je auf das Internet und seine Weiterentwicklung zu. Dort findet gerade der nächste Paradigmenwechsel statt – weg von der klassisch gedachten Website hin zum erlebnisorientierten Marken-Interface.

Bereits bei den ersten dieser im Internet verfügbaren Marken-Interfaces wird spür- und sichtbar, dass nicht mehr die alten linear gedachten Strukturen im Mittelpunkt der Informa-



Beispiel: Marken-Interface NikeLab

Multimediale Präsentation von Marken – Beispiel BPHP

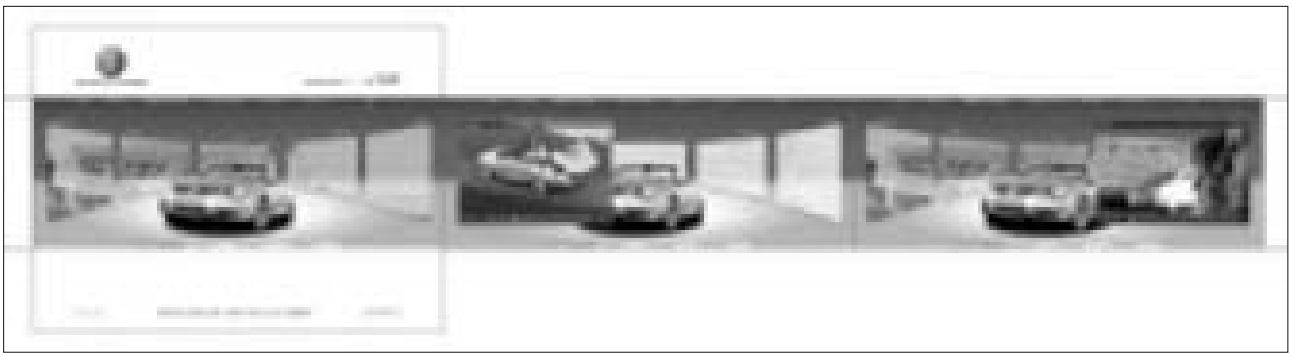
tionspräsentation stehen. Vielmehr handelt es sich um dynamisch adaptive Benutzungsoberflächen (Interfaces), bei deren Aufruf bereits die Bildschirmauflösung des Benutzers abgefragt wird und sich anschließend die Größe des Interfaces an dessen Vorlieben anpasst (siehe Abb. 1).

Gut zu erkennen ist die traditionelle hierarchische Gliederung der Inhalte nach dem alten Buchprinzip (links) im Vergleich zum dynamisch adaptiven Interface auf der rechten Seite, welches die für den Nutzer jeweils relevanten Informationen situativ-relevant im Mittelpunkt platziert.

Diese Art der neuen Marken-Interfaces spricht durch den Einsatz multimedialer Elemente die Benutzer sehr viel emotionaler und vielschichtiger an und wird zudem den eigentlichen Wünschen von Internetnutzern nach kontext-sensitiver und situativ-relevanter Information sehr viel stärker gerecht.

Vor allem die sinnliche Ansprache gepaart mit den neuen interaktiven Möglichkeiten, einen nachhaltigen Nutzerdialog aufzubauen, ist es, die neben den Vorteilen einer erhöhten Gebrauchstauglichkeit (Usability und Accessability) vor allem einen hohen Mehr- und intensiven Nutzwert bereitstellt. Ein Mehrwert nicht nur für die eigentlichen Nutzer der Website-In-

Das neue Web-Interface des Fachbereichs Gestaltung der Hochschule Pforzheim ab April 2005



Beispiel: Marken-Interface Volkswagen.com

terfaces, sondern insbesondere auch für die Unternehmen, welche ihre Marken im Internet medienadäquat repräsentieren möchten.

Das zunehmende Bedürfnis nach einzigartigen Erlebnissen (distinctive user experiences) wird für die Präsentation und Kommunikation von Marken immer wichtiger. Marken, bei deren Interaktion ein geringer Erlebnisfaktor erzielt wird, fallen sehr schnell aus dem „Set-of-Relevance" potenzieller Kunden und Käufer heraus. Die neuen Marken-Interfaces engagieren und involvieren die Nutzer in einem sehr viel höheren Maße als es die bisherigen Internetseiten in der Lage waren zu tun. Strukturell und gestalterisch eher aufgebaut wie Benutzungsoberflächen von Betriebssystemen, den so genannten Desktops, ermöglichen sie ihren Benutzern sehr viel non-linearere und aufmerksamkeitsintensivere Interaktionen mit der Marke oder den entsprechenden Produkten.

Durch die ereignis- und erlebnisorientiertere Präsentation der Inhalte sowie deren Inszenierung durch die Nutzer selbst findet eine intensivere Vermittlung der Inhalte statt, die zu einer länger anhaltenden Markenwirkung führt: „Die Marke schwebt länger im Körper des Nutzers." Würde man einen Vergleich mit dem Medium Fernsehen anstellen, so ließe sich der Unterschied zwischen den alten Internet-Seiten und den neuen Marken-Interfaces am besten so beschreiben, dass bei der Verfilmung eines Buchs die Analogie zu den Internet-SEITEN, dem Abfilmen und Darstellen der einzelnen Textzeilen gleichkäme. Wohingegen die neuen Marken-Interfaces der medienadäquaten Umsetzung des Films mit Schauspielern, Drehorten, Musik und Leidenschaft gleichkämen: einem Film, der durch seine sinnliche Ansprache Erlebnisse und Emotionen beim Betrachter auslöst.

Sensibilisiert man seine Wahrnehmung auf die hier beschriebenen Sachverhalte, so wird man beim nächsten Internetbesuch sehr schnell feststellen, dass diese neue Generation von Web-Interfaces sich bereits zu etablieren beginnt. Überall dort, wo es um eine starke Markenwahrnehmung und intensiven Kundendialog geht, erobern die neuen Marken-Interfaces bereits mit großer Geschwindigkeit das Internet und sorgen für nachhaltige Begeisterung.

Auf dem Weg von mono-direktionalen Kommunikationsmedien hin zu bidirektionalen Dialogmedien spielen diese neuen webbasierten Marken-Interfaces eine zunehmend wichtigere Rolle bei der erfolgreichen und nachhaltigen Präsentation einer Marke im Internet. Da das Internet als erster Kontaktpunkt zur Marke immer wichtiger wird, schafft es nur derjenige nachhaltig erfolgreich zu sein, der seine Marke und Produkte bereits im Internet erlebnisorientiert und emotionalisierend darzustellen in der Lage ist.

Linkliste zu Markeninterfaces (kleine Auswahl):
www.fh-pforzheim.de/gestaltung
www.eatchacha.de
www.forests-forever.com/cgi-bin/index.cgi
www.vodafone.com/flash/futures/index.jsp
http://demo.fb.se/eng/volvo/volvoxc90/volvoxc90_eng/flash/flash.html
www.saab.com/microsites/imap04/main2.xml
Weitere Linkempfehlungen bei wolfgang.henseler@hs-pforzheim.de.

Der Autor
Wolfgang Henseler ist Professor für digitale Medien im Hochschulbereich Gestaltung und unterrichtet Visuelle Kommunikation zu den Themen „Digitales Design und multimediale Gestaltung von Neuen Medien", „Usability" und „User-Centered-Interface-Design". Er hält fachbereichsübergreifende Vorlesungen im Bereich Wirtschaft zu den Themen „Kundenbeziehungsmanagement" (CRM und eCRM) „New Business Strategien" und „Intelligent Information Interfaces". 2004 erhielt Professor Henseler einen Forschungsauftrag im Bereich der auditiven Markenbildung (sonic branding), bei dem Grundlagen zur Entwicklung von Klangmarken erarbeitet werden. Professor Henseler ist zudem Herausgeber der i-com, einer Fachzeitschrift für interaktive und kooperative Medien im Oldenbourg Verlag.

HAARSCHNITT UMSONST?

WIR SUCHEN MODELLE FÜR
AKTUELLE TRENDFRISUREN
INDIVIDUELLE COLORATIONEN
TREND-MAKE-UP!

LA BIOSTHETIQUE ACADEMY PFORZHEIM

DEIMLINGSTRASSE 34 · IM PARKHOTEL

TELEFON: 07231/ 161777

LA BIOSTHETIQUE®
PARIS

Das Illu-Buch

20 Jahre Illustration im Studiengang Visuelle Kommunikation auf 120 farbigen Seiten

von Hajo Sommer

Die Illustration, kurz Illu genannt, ist eines von vielen Lehrangeboten im Studiengang Visuelle Kommunikation. Und doch ein herausragendes.

Mit hohem Anspruch, mit hohem Frust- und Lustgewinn und mit höchstem Wirkungsgrad. Wie sich unschwer ablesen und nachempfinden lässt an den Ergebnissen, die in dem kürzlich der Hochschul- und Fachöffentlichkeit präsentierten Buch dokumentiert sind.

Das neue Illu-Buch dokumentiert zugleich das Ergebnis der Gestalterausbildung in Pforzheim, die mehr als andernorts Wert legt auf die Ausbildung der künstlerischen Grundlagen. Zeichnung, Malerei, Plastik, bewegtes Bild spielen eine zentrale Rolle in den ersten Semestern aller Studiengänge und sie begleiten die Fachausbildung bis zum Vordiplom.

Die intensive Auseinandersetzung mit den Grundlagen der Gestaltung ist keine Marotte, sie ist erforderlich, wenn das Ziel die Herausbildung der autonomen Künstlerpersönlichkeit ist. Die der allgegenwärtigen Bilder- und Produktflut begegnen kann mit eigenen Ideen, mit originären Bildern und einer individuellen Handschrift. Die im Stande ist, dem Allgemeinen das Besondere, dem Austauschbaren das Einzigartige, dem Mäßigen das Bessere entgegenzusetzen. Also einen gültigen und bemerkenswerten Gestaltungsbeitrag zu leisten.

Die Illustration gibt Kommunikatoren das älteste Werkzeug in die Hand. Und wohl deshalb das zugleich vielseitigste und wirkungsvollste.

Illustration ist Ausdrucksmittel. Zunächst für den Urheber selbst, weil er darüber die Fähigkeit gewinnt, seine Gedanken und Gefühle ganz unmittelbar in Sprache zu verwandeln. In seine Bildsprache, mit der er sich selber Klarheit verschaffen und anderen Mitteilung machen kann. Es ist darüber hinaus aber auch ein probates Mittel zur Einübung in zielorientierter Gestaltung, unter dem sperrigen Kuratel von gesicherter Funktion und angestrebter Wirkung.

Herr Rothfuß beim Signieren

Illustration ist Kommunikation. Diese angewandte Schwester der Künste designt Nachrichten, mit der erklärten Absicht, Einfluss auszuüben.

Und zeigt sich darin so talentiert und wandlungsfähig wie kein anderes Instrument. Sie kann Kindern Geschichten erzählen, sie kann Erwachsene in Bann ziehen, sie kann schwierige Sachverhalte erklären, sie kann schnell über das Wesentliche informieren, sie kann das Nützliche und das Überflüssige ausschmücken, sie kann dem Ratlosen den Weg zeigen, sie kann ... fast alles.

Illustration ist etwas sehr Persönliches. Deshalb ringt man in diesem fragilen Grenzbereich zwischen der intimen, künstlerischen Binnenwelt und den vorgegebenen Zielen und Zwecken nicht nur mit der Schwierigkeit, das Bild im Kopf zu Papier oder auf den Bildschirm zu bekommen. Man ringt auch mit sich selbst. Und macht dabei unter anderem eine tief gehende und lange nachklingende Selbsterfahrung. Sehr wahrscheinlich, dass die Illustration gerade deshalb für nahezu alle Studierenden eine Erinnerung an eine große Anstrengung ist. Und zugleich an eine große Freude über das gelungene, das aus sich selbst heraus geschaffene Werk.

Illustration hält fest. Dieses Buch ist für die Studierenden auch lebendige Erinnerung an eine besonders enge und fruchtbare Zusammenarbeit. Mit Thomas Rothfuß, Dozent, Designer, Illustrator, Maler, mildem Mentor und unbestechlichem Kritiker zugleich. Sein Können, sein Wissen, seine pädagogische Kompetenz sind von den Studierenden hoch geschätzt. Mehr aber noch die Fähigkeit, einen jeden auf seinem individuellen Erkundungs- und Erprobungsprozess zu begleiten. Und dabei einfühlsamer Ratgeber und nicht Vormund zu sein. So dass ein jeder zurückkehren kann mit eigenen Erfahrungen und neuen Selbst-Erkenntnissen.

Die Autoren der hier gezeigten Arbeiten und auch die, deren Ergebnisse, insbesondere der Überfülle wegen leider nicht gezeigt werden können, werden sich gerne dieser Erfahrung erinnern. Und für die künftigen Täter stecken darin jede Menge Anschauung und die Motivation, es den Vorgängern gleich, oder besser ungleich zu tun.

Das Illu-Buch dankt Thomas Rothfuß. Diese Dokumentation ist auch ein längst fälliger Versuch, das Engagement und die Arbeit dieses Dozenten für die Studierenden und die

Hochschule endlich ins öffentliche Licht zu rücken.

Das Buchprojekt ist nicht mit Hochschulgeldern realisiert worden. Es verdankt sein Erscheinen vielmehr dem tätigen Engagement der Angestellten und der Wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen des Studiengangs. Und der großzügigen, finanziellen Unterstützung durch den Förderverein, Bereich Gestaltung, die Druckerei Engelhardt & Bauer, den Papierhersteller Zanders und die Kollegen des Studiengangs.

© 2004 Hochschule Pforzheim und die Autoren, Auflage 1000. Bezugsquelle: Sekretariat des Studiengangs Visuelle Kommunikation. Preis: 15 Euro

Der Autor
Professor Hajo Sommer leitet den Studiengang Visuelle Kommunikation.

Exemplarische Innenseite, Sommersemester 1993. Thema: Sternzeichen

CONCEPT G – Die Zukunft des Golf

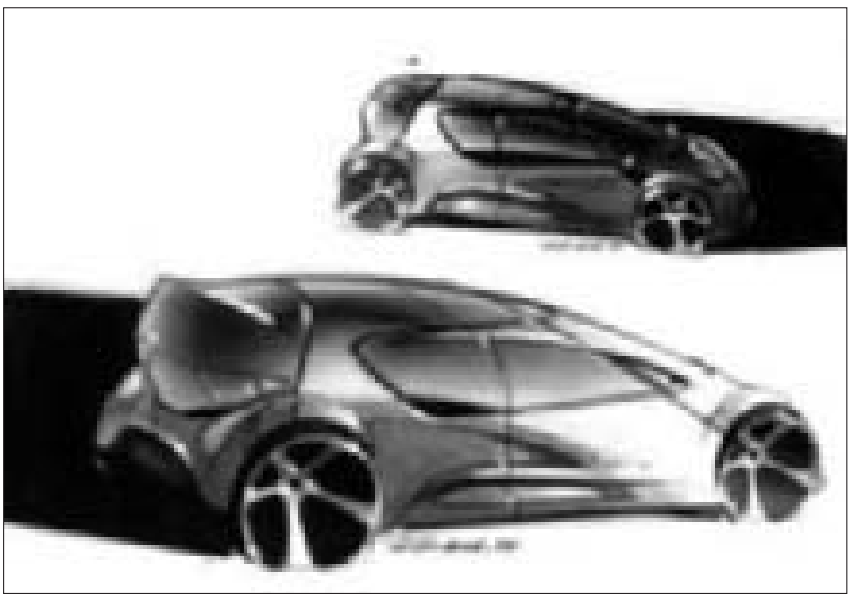
Im Studiengang Transportation Design präsentiert Philipp Römers die Zukunft

von Claudia Gerstenmaier

Beim Gedanken an die Autos von Volkswagen fallen einem sofort Erfolgsprodukte wie Käfer und Golf ein. Doch wie sieht die Zukunft aus? Was könnte auf Käfer und Golf als typische Volumenautos der Marke VW folgen? Eine Antwort auf diese Frage präsentierte Philipp Römers anlässlich der Werkschau mit seiner Diplomarbeit ‚CONCEPT G – Die Zukunft des Golf'.

„Die Stärken dieser herausragenden Arbeit liegen in der Verwirklichung des hohen Anspruchs, ein ernsthaftes und tragfähiges Konzept für ein Fahrzeug zu entwickeln, dessen Vorgänger durch seine Eigenschaften einer ganzen Klasse von Automobilen seinen Namen gibt", so das Urteil des betreuenden Professors Lutz Fügener. Das zu Grunde liegende Raumkonzept ist schlüssig und innovativ, ohne den Bezug zur Realität zu verlieren. Damit verwirklicht Philipp Römers den einfachen aber anspruchsvollen Grundsatz, dass sich ein Erscheinungsbild immer auf ein innovatives Konzept stützen muss und so die Grenze vom Styling zum Design überschreitet. Seine Reife als junger Automobildesigner hat er damit eindrucksvoll bewiesen."

Professor Lutz Fügener beschreibt das ‚Concept G' von Philipp Römers: „Mit flach bauendem Hybrid-Antrieb im Heck unter den Rücksitzen bzw. einem Speichermedium in Form eines Akkus im Frontboden ausgestattet, sorgt die fehlende Antriebseinheit in der Front für viel Platz, der sich als zusätzlicher Kofferraum bzw. als Erweiterung des Innenraumes nutzen lässt. Durch die große Frontklappe aus Glas – auf Knopfdruck in beladenem Zustand im unteren Bereich tönbar – lässt sich durch das ganze Fahrzeug durchladen. Das herkömmliche Armaturenbrett wurde durch ein direkt am Sitz aufgehängtes Lenkrad mit Instrumenten und Schaltern ersetzt. Bei unbeladenem Zustand vorne oder im Stadtverkehr stellt sich durch die Panorama-Sicht nach vorn ein neuartiges Fahrerlebnis mit guter Rundumsicht ein, welches sich außen durch eine ungewöhnliche Frontoptik dokumentiert. Das Design mit den rundlichen Formen im Frontbereich soll entfernt an den Käfer erinnern – auch dieser hatte den Kofferraum vorne. Im Heckbereich wird durch eine ‚kistige' Optik der Golf zitiert, der genau wie ‚Concept G' hinten einen großen Ladebereich bietet. So verbindet ‚Concept G' die Vorteile von Käfer und Golf und fasst sie, auf den zukünftigen Stand der Technik gebracht, in einem völlig neuen Konzept als Volumenauto der Zukunft zusammen."



Philipp Römers setzt mit dieser Arbeit seinen erfolgreichen Weg fort. Bereits 2004 erhielt er den von „Auto Motor und Sport" mit 5.000 Euro dotierten „Paul Pietsch Preis" für seine Studie „PFaeno". Philipp Römers wurde 1979 in Köln geboren. Sein Berufswunsch war es von jeher, Automobil-Designer zu werden und er absolvierte bereits mit 14 Jahren sein erstes Design-Praktikum bei den Ford-Werken AG in Köln. Diesem schlossen sich zahlreiche weitere Praktika an. Nach seinem Abitur bewarb sich Philipp Römers gezielt an der Hochschule Pforzheim. „Ich hatte bei Ford gehört, dass die beste Ausbildungsstätte für Automobil-Design in Pforzheim ist", antwortet Philipp Römers auf die Frage, wie er in Goldstadt kam. „Es war das Beste, was ich tun konnte und ich würde diesen Studienort in jedem Fall wieder wählen".

Der direkte Kontakt zu Professoren und Kommilitonen sorgte dafür, dass sich der Kölner in der familiären Atmosphäre der Pforzheimer Hochschule schnell heimisch fühlte. Eine Besonderheit in Pforzheim ist, nach den Erfahrungen von Philipp Römers, dass innerhalb der Ausbildung ein Schwerpunkt auf die Kunst gelegt wird. Dies eröffnet den zukünftigen Designern, dass sie sich unter künstlerischen Gesichtspunkten einen Freiraum in der Gestaltung aneignen. Philipp Römers hat seine Diplomarbeit für die Volkswagen AG in Wolfs-

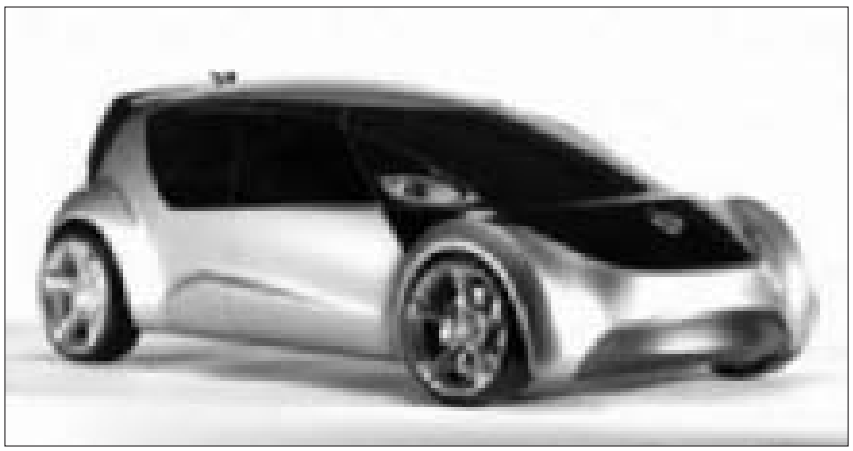
burg im Februar 2005 abgeschlossen. Seine berufliche Zukunft sieht der inzwischen vierfach ausgezeichnete Preisträger in Wolfsburg. Er erhielt:

2. Platz „Auto-Zeitung“-Design-Wettbewerb (7/1994); 1. Platz „Auto-Zeitung“-Design-Wettbewerb (1/1997); 2. Platz „Auto-Zeitung“-Design-Wettbewerb (6/2000); 1. Platz „Auto, Motor und Sport“-Design-Wettbewerb (2/2004).

Auf die berufliche Entwicklung von Philipp Römers darf man gespannt sein. Sicher ist, dass er der Hochschule Pforzheim weiterhin verbunden bleiben wird.

Die Werkschau, im Rahmen derer die Studierenden der Fakultät für Gestaltung an der Hochschule Pforzheim ihre Semester- und Diplomarbeiten präsentieren, findet jeweils am Ende des Sommer- und Wintersemesters (Juli und Februar) statt. Die Werkschautermine und weitere Informationen zum Studiengang Transportation Design finden Sie unter: www.hochschule-pforzheim.de.

Die Autorin
Dr. Claudia Gerstenmaier leitet die Pressestelle der Hochschule.



DAAD fördert Gastprofessur

Forschungssemester an der University of South Australia (UniSA) in Adelaide

von Klaus Möller

Kurzfassung

Der Autor verbrachte sein Forschungssemester im Sommer 2004 an einer Gasthochschule, der University of South Australia (UniSA) in Adelaide, Australien. Ein weiterer kurzer Aufenthalt ergab sich am Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT) in Melbourne. Der Fokus seiner Forschung lag auf dem Thema „Decision Support Systems in Logistics“. Vor dem Hintergrund eigener Arbeiten aus zwei EU-Projekten bot das Forschungssemester eine hervorragende Gelegenheit, die Ergebnisse aus der angewandten Forschung darzustellen, vor dem Hintergrund der Verhältnisse in Australien zu diskutieren und als „visiting professor“ in Lehrveranstaltungen der Gasthochschule einzubringen. Darüber hinaus ergab sich die Möglichkeit gemeinsamer Forschungsaktivitäten mit einem australischen Kollegen. Auf dieser Basis wurde ein gemeinsames Forschungsprojekt formuliert und der Antrag für eine Machbarkeitsstudie erarbeitet. Der gesamte Aufenthalt wurde über den DAAD finanziert.

Internet als alltägliches Kommunikationsmedium

Obwohl das Internet auch hierzulande mehr und mehr genutzt wird und viele Angebote zunehmend attraktiver werden, spielt es in Deutschland im Vergleich zu Australien eine untergeordnete Rolle. In diesem von unglaublichen Weiten geprägten Land galt es von jeher, für die Menschen nach geeigneten informationslogistischen Lösungen zu suchen, um die großen Entfernungen zu überbrücken. Anders als in Mitteleuropa prägt das Internet ebenfalls den Alltag der Studierenden, die oft über das ganze Land verstreut an einem Studienprogramm teilnehmen.

Die Studienprogramme an den Hochschulen Australiens müssen interne und externe Studierende berücksichtigen. Das bedeutet, dass sowohl interne Studierende (vor Ort an der Hochschule) als auch externe Studierende (irgendwo im Outback an ihrem Heimatort) ein vergleichbares Angebot wahrnehmen können. Alle Bestandteile so zu konzipieren, dass sich zwischen dem internen und dem externen Studium eine direkte Äquivalenz bis hin zu den Leistungsnachweisen ergibt, ist für das Kollegium einer Hochschule eine besondere Herausforderung. E-Learning bietet hier speziell für die Vermittlung von Grundlagenfächern die optimale und unersetzliche Plattform. Das Medium Internet trägt aber auch zu einer besseren Transparenz bei; so sind z.B. die Diskussionsforen, in denen die Studierenden ihre Fragen formulieren und in denen die Professoren darauf antworten können, von allen Studierenden jederzeit einsehbar. Mit zunehmendem Studienfortschritt spielt dann die unverzichtbare „face-to-face interaction“ eine größere Rolle. Diese bedeutende „Elementarerfahrung“ sei der folgenden Beschreibung des Forschungssemesters vorangestellt.

Kurzcharakteristik der UniSA

Südaustralien besitzt drei Universitäten, die alle in der Hauptstadt Adelaide angesiedelt sind:

- University of South Australia (UniSA)
- University of Adelaide
- Flinders University

Die UniSA wurde im Jahr 1991 als Zusammenschluss des South Australian College of Advanced Education und des South Australian Institute of Technology gegründet; sie ist mit aktuell ca 33.000 Studenten die größte der drei Universitäten (University of Adelaide 16.000 Studenten, Flinders University 13.500). Die UniSA hat eine große Bedeutung in allen Bereichen der pädagogischen Ausbildung und der angewandten Wissenschaften mit starkem Praxisbezug zu vielen Unternehmen in Südaustralien. Demgegenüber zeichnen sich Adelaide und Flinders University durch ihre traditionsreichen Fächer in Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Jura und Medizin aus.

Durch den Zusammenschluss entspricht die UniSA vom Fachangebot her einer Mischung aus pädagogischer Hochschule (education) und

UNISA – University of Southern Australia in Adelaide – my host university for six months

Fachhochschule (technology/business). Alle drei Universitäten bieten sowohl Undergraduate als auch Graduate Studiengänge im Bereich BWL (Business/Management/Commerce) an. Die UniSA entspricht vom Charakter und Angebot her einer Fachhochschule, die Undergraduate Programme beinhalten jedoch keine Praxissemester und keine wissenschaftliche Abschlussarbeit. Die Integration von Praxissemestern ist grundsätzlich in Australien eher selten, in verpflichtender Form nur am RMIT (Royal Melbourne Institute of Technology) in Melbourne vorhanden, dort dann für ein ganzes Jahr (drittes Studienjahr) unter der Bezeichnung „Work Integrated Learning“.

Die Lehrqualität an der UniSA wird bei nationalen Untersuchungen regelmäßig als hervorragend eingestuft; hier gehört die UniSA zu den führenden Institutionen in Australien. Die Division BUE wurde im Jahre 2004 als zweite australische Business School nach dem European Quality Improvement System (EQUIS) akkreditiert.

Schwerpunktfächer der BUE

Die Division Business and Enterprise (BUE) hat mit ca. 11.600 Studenten etwa ein Drittel der Studenten der UniSA; hiervon sind 10.250 interne Studenten, die auf dem Campus studieren und ca 1.350 externe Studenten per Fernstudium. Von den 11.600 Studenten stammen 5.600 aus Australien, die Mehrheit sind jedoch „international students“. Diese

Verteilung hat sowohl erheblichen Einfluss auf Organisation und Finanzen – die internationalen Studenten zahlen etwa die dreifachen Studiengebühren – wie auch auf die methodischen und didaktischen Ansätze im Lehrbetrieb. In den Bachelor-Studiengängen sind ca. zwei Drittel der Studenten (7.200) eingeschrieben.

Die Division Business and Enterprise umfasst aktuell folgende Schools:

- Accounting and Information Systems
- International Business
- Marketing
- International Graduate School of Management (IGSM)

In der aktuellen Struktur hat die International Business School (IBS) das größte Gewicht. Während jedoch Marketing und Accounting eigene Postgraduate-Programme haben, besitzt die IBS im Moment nur wenige Master-Programme – diese werden fast alle über die IGSM angeboten. In der neuen Struktur ist es jedoch das Ziel, Undergraduate- und Postgraduate-Programme ausgewogen und einheitlich in jeder School anzubieten. Die neue Struktur soll im Laufe des Jahres 2005 in Kraft treten.

Bedeutung der Logistik

Logistik – interne wie externe Logistik – besitzt eine herausragende Bedeutung in Australien. Umfangreiche Bodenschatzvorkommen werden erschlossen, große Volumina sind über lange Distanzen zu transportieren. Die landwirtschaftliche Produktion hat eine hohe Bedeutung sowohl für den Binnenmarkt wie für den Export; die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Konsumgütern stellt bei einer hohen Bevölkerungskonzentration im Osten, jedoch einer geringen Bevölkerungsdichte in weiten Teilen des Landes besondere Anforderungen. Die industrielle Produktion muss sich am Weltmaßstab messen lassen; gerade aktuell sind umfangreiche Restrukturierungsmaßnahmen in der Automobilindustrie Australiens im Gespräch.

Das Lehrgebiet Logistik wird als Teilgebiet in den Bachelor of Management Programmen der UniSA „on campus“ in Adelaide und „off shore“ (z.B. in Singapur) gelehrt. Die Veranstaltungen umfassen Operations Management, Integrated Logistics Management und Quality Management. Logistik wird als Schnittstelle zwischen Marketing, Management und Engineering gesehen; aus diesem Grund werden die Kontakte innerhalb der UniSA von der IBS zu den anderen Schools intensiv gepflegt.

Enjoy the nature in Australia

Die Ausbildung des Bachelor of Management der UniSA ist in Australien sehr anerkannt, insbesondere die Schwerpunktausrichtung in Logistics/Operations Management.

Inhalt des Forschungssemesters

Über Kontakte der Gasthochschule war es möglich, eine Reihe von Workshops mit Praktikern und Wissenschaftlern durchzuführen, um den aktuellen Stand der Forschung darzustellen und zu diskutieren. Die Themen waren folgende:

- Information transparency within the supply chain
- Recent international advances in distribution logistics and supply chain
- e-business @ e-logistics
- Supply chain visibility

Auf der Basis der gemeinsamen Aktivitäten mit Professor Michael Taylor vom Transport Systems Centre, UniSA Adelaide, wurde ein Forschungsprojekt zum Thema „Decision Support Systems in Distribution Network Planning“ formuliert und ein entsprechender Antrag erarbeitet. Das Projekt beinhaltet eine Vergleichsstudie über Struktur und Optimierungsansätze zur Planung von Distributionsnetzen in Australien und Europa vor dem Hintergrund der unterschiedlichen topografischen, soziodemografischen und markttechnischen Eigenheiten. Ziel des Projektes ist es, strukturadäquate Optimierungsansätze zu identifizieren und in Planungssysteme (decision support systems) einzubinden. In der ersten Stufe wird in einer Machbarkeitsstudie über 18 Monate die Datenverfügbarkeit untersucht und ein grobes Modell entwickelt, das die Grundlage für die Formulierung eines mehrjährigen Forschungsvorhabens legen soll. Für die Machbarkeitsstudie ist der Antrag auf australischer Seite an das ARC bereits gestellt, die Studie wird von

deutscher Seite über ein eigenes Projekt gefördert.

Begleitende Lehrtätigkeit

Grundsätzlich werden alle Programme und Kurse der UniSA für interne und externe studentische Teilnehmer (internal and external students) angeboten; es gibt nur wenige Ausnahmen, die sich z.B. aufgrund des Programmcharakters nicht für ein Fernstudium eignen. Interne Teilnehmer erhalten ihre Ausbildung als Präsenzstudium im Hörsaal. Externe Teilnehmer studieren per Fernstudium; alle Unterlagen müssen für sie in elektronischer Form verfügbar und über einen Kommunikationskanal (in der Regel Internet) zugänglich sein. Die Studenten haben prinzipiell die freie Wahl des internen oder externen Studiums – das hat auf die zu zahlenden Studiengebühren keinen Einfluss.

Dies bedeutet in der Konsequenz, dass jede Veranstaltung didaktisch für beide Gruppen aufbereitet werden muss und damit die online-Umgebung sowohl in der Administration (Einschreibung, Kursanmeldung etc) als auch in der Lehre (eLearning) und der Forschung eine herausragende Rolle spielt.

Das Forschungsthema über „DSS in Logistics“ wurde in zwei Veranstaltungen an der Gasthochschule eingebracht:

- Integrated Logistics Management B (ILMB)

Die Veranstaltung führt die bereits in den ersten zwei Jahren begonnene Bachelor-Ausbildung in Teilgebieten wie Beschaffung, Produktion, Operations Management und Qualitätsmanagement fort; sie fördert das Verständnis für den strategischen Ansatz der Logistik und diskutiert anhand von Fallstudien die zu erwartenden Anforderungen aus der Praxis.

- Operations Project (Projektseminar)

Das Studienprojekt stellt vor dem Übergang in die Praxis den abschließenden Schritt dar, um mit dem Bezug auf ein konkretes Problem der Praxis die Analysemethoden und konzeptionellen Lösungsansätze anzuwenden; die Durchführung setzt damit das Wissen aus den vorangegangenen Veranstaltungen voraus und stellt somit die systematische Vollendung des Studiums dar. Ähnlich konzipierte Veranstaltungen an der Hochschule Pforzheim werden seit acht Jahren, meist in Zusammenarbeit mit der Praxis, im 8. Studiensemester des Studienganges Betriebswirtschaftslehre/Beschaffung und Logistik erfolgreich durchgeführt.

Acquiring soft skills for professors

Wissenstransfer

Die Erfahrungen der Lehrveranstaltungen im Forschungssemester wurden durch eine Präsentation am IBS Planning Day rückgekoppelt (ganztägige Veranstaltung). Ein besonderes Interesse der IBS bestand an den Industry Based Assignments (Internships – Praxissemester der Fachhochschulen), die an australischen Universitäten eher die Ausnahme darstellen.

Gerade dieses Thema könnte vor dem Hintergrund des zunehmend geforderten Praxisbezuges in der Ausbildung beim Ausbau der Beziehungen der beiden Hochschulen weiter vertieft und im Curriculum umgesetzt werden. Hierzu werden die Kontakte zum Program Director Bachelor of Management weitergeführt und nach dem für Mitte/Ende 2005 erwarteten Abschluss der Umstrukturierung weiter vertieft.

Aufgrund der Erfahrungen des Gastaufenthaltes ist es geplant, den Austausch von Gastwissenschaftlern mit der Hochschule Pforzheim fortzusetzen. Die Machbarkeitsstudie zum Thema „Distribution Network Planning“ ist beantragt. Bei einem geplanten Start in 2005 können sich in diesem Zusammenhang weitere Anknüpfungspunkte für den Austausch von Gastwissenschaftlern ergeben.

Erfahrungen aus dem Forschungssemester

Die Arbeit an einer anderen Hochschule, insbesondere in Australien mit einem hohen Anteil an „external students“, schärft den Blick für die Prozessabläufe an der eigenen Hochschule. Der hohe Grad der Vernetzung ist beeindruckend, von den internen Prozessen der studentischen Verwaltung über das Prüfungswesen bis zu der Organisation der eigenen Lehrveranstaltungen. Andererseits wird deutlich, wie hoch der Personal- und Ressourceneinsatz zur Erreichung dieses Zieles ist. Dieses regt grundsätzlich dazu an, die Erfahrun-

gen in die Prozessentwicklung an der eigenen Hochschule einfließen zu lassen. Direkte Ansatzpunkte lassen sich wie folgt definieren:

- Nutzung einer online-Plattform als grundsätzliches Medium zur transparenten und effizienten Kommunikation mit den Studierenden sowie als Instrument zur Evaluierung von Lehrveranstaltungen
- Online-Foren zum ergänzenden Einsatz bei fachlichen Diskussionsthemen
- Stärkere Einbindung von extern produziertem Kursmaterial zum Aufbau eigener Grundlagenveranstaltungen
- Orientierung der Kursbeschreibungen an Standardvorgaben, Niederlegung von Bewertungskriterien zur Leistungsbeurteilung

Die Stellung der Hochschule Pforzheim, umgeben von einer starken Vertretung der Automobilindustrie mit einer breiten Palette industrieller Zulieferfirmen (Klein-, Mittel- und Großbetriebe), ähnelt der Situation der UniSA in Adelaide. Aus diesem Grund gibt es eine Reihe von Ansatzpunkten und Transfermöglichkeiten von Konzepten, wie z.B. der Zuliefererintegration in Industrieparks oder VMI (Vendor Managed Inventory). Gleichwohl gestaltet sich der Einstieg der Hochschule in Kooperationen mit australischen Firmen sehr schwierig, wie auch die Erfahrungen der UniSA bei der Durchführung von praxisorientierten Studienprojekten und Internships zeigen.

Das gemeinsam mit dem Transport Systems Centre (TSC) der UniSA formulierte Forschungsprojekt stellt einen Einstieg in eine Forschungskooperation dar. Auf der Basis der 18-monatigen Machbarkeitsstudie ist es geplant, einen Antrag für ein mehrjähriges Forschungsvorhaben zu stellen.

Fazit

Ein Forschungssemester im Ausland stellt eine bemerkenswerte Erweiterung der individuellen Erfahrungen dar, die sowohl im persönlichen Bereich wie im Umfeld der eigenen Hochschule nachhaltig positiv wirken können. Die persönliche Erfahrung einer gelungenen Integration an der UniSA in Adelaide bestätigt die Entscheidung, sich für ein halbes Jahr einem völlig anderen Hochschulumfeld zu stellen. Dieses Instrument bietet ein hervorragendes Potential, die Zusammenarbeit mit ausländischen Hochschulen zu fördern, insbesondere in Richtung der Erschließung von Hochschulen in der PacificRim-Region; Fördermöglichkeiten über den DAAD bestehen.

Die Erfahrung von Internships (Praxissemestern) in der Ausbildung in Deutschland stellen ein Spezifikum dar, das in anderen Ländern einerseits Erstaunen und andererseits Bewunderung hervorruft. Dieses Erfolgsmodell – im besonderen der deutschen Fachhochschulen - gilt es, weiter zu verbreiten und in gemeinsame curriculare Entwicklungen, insbesondere in Doppelgraduierungsprogramme, zu integrieren.

Nach den bisherigen eigenen Erfahrungen stellen australische Universitäten allerdings kein einfaches Umfeld für die Entwicklung von Austauschprogrammen dar:

- Im globalen Wettbewerb der Märkte stehen die USA und Asien in der Priorität vor der EU; der „Drang“ australischer Studierender, an Hochschulen der EU zu studieren, ist begrenzt.
- Aufgrund der Sprachbarrieren werden internationale Programme erst dann interessant, wenn sie einen hohen englischsprachigen Anteil aufweisen – Ausnahme natürlich UK.
- Das Prinzip der Reziprozität wird vor dem Hintergrund der Zahlung von Studiengebühren für „international students“ immer hart diskutiert.

Nur über einen kontinuierlichen und beharrlichen Einsatz wird hier ein Erfolg zu erzielen sein.

Der Autor
Dr. Klaus Möller ist Professor im Studiengang BW/Beschaffung und Logistik. Seit 1. September ist Klaus Möller zudem Studiendekan der Fakultät Wirtschaft und Recht.

Be aware of wild life on the road

Tradition und Moderne einer anderen Welt

Eine Gastprofessur in Japan und ein Fashion Workshop in Vietnam

von Ingrid Loschek

Jungdesigner aus Europa und Asien beim Fashion-Workshop im Goethe Institut anlässlich des Kulturprogramm zu ASEM 5.

Japanische Mode-Designer genießen in Europa ein hohes Ansehen. Seit den 1980er Jahren beeinflussen Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto und Issey Miyake die europäische Mode. Der Einfluss Europas auf die Modeszene in Japan dagegen spielt sich – fast ausschließlich – auf der Ebene von Prestigemarken und von Hightech Sportswear ab und weit weniger im stilistischen Bereich. Einer der wenigen deutschen Designer (neben Jil Sander und ganz abgesehen von Karl Lagerfeld), der in Japans Modeszene bekannt ist, ist der gebürtige Ulmer, Bernhard Willhelm. Seine Kreationen waren Teil der Ausstellung „Crossing the Silk Road“ im Teien Museum, einer einzigartigen Art Déco Villa in Tokio, und sind im Modemuseum des Bunka Fashion College präsent.

Noch seltener gilt das Interesse den sozialpolitischen Entwicklungen und deren Einfluss auf die Mode oder dem Thema Frauenemanzipation und Mode in Japan oder in Europa und am wenigsten in Deutschland. Der wissenschaftliche Austausch scheitert – noch immer – an der deutschen und großteils auch an der englischen Sprache. So war es selbstverständlich, dass meine Vorlesungen an den diversen Universitäten vom Englischen simultan ins Japanische übersetzt wurden.

Umso bemerkenswerter war die Initiative von Kei Sasai, Professorin an der Japan Women’s University Tokyo, eine zweimonatige Gastprofessur, finanziert durch die Japan Society for the Promotion of Science, zu realisieren. Als Forschungsprojekt wurde mit Dozentinnen verschiedener japanischer Universitäten begonnen, den Frauenalltag im Zusammenhang mit dem Stellenwert von Bekleidung und Mode in Japan seit der politischen Öffnung des Landes nach 1867 aufzuarbeiten.[1] Mit einbezogen wird ein Vergleich zu europäischen Ländern und zu den USA. Mein Beitrag galt dem Thema „The ‘Construction’ of Women’s Emancipation – The Role of Fashion in the 1920s in Germany“[2] , das unter anderem bei der International Costume Conference in Kobe vorgestellt wurde. Darüber hinaus baten mich die japanischen Gastgeber um Vorträge u.a. über „European Morning Dresses from the 14th to the 20th Century“ (Ochanomizu University sowie Gakusyuin University,

Verkleidung als sonntägliche Lebensinszenierung der Kids – Die fertigen Outfits – fern von Designermode – gibt es im Geschäft um die Ecke.

Foto: Ingrid Loschek

[1] Schon 2003 hatte ich den Auftrag, im Zusammenhang mit der politischen Öffnung von Japan nach 1867 und der Orientierung der Hofzeremonie nach preußischen Vorbild, die historische Kleidung der Pagen am preußischen Hof der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und deren kostümlichen Einfluss auf die Pagenkleidung am Japanischen Kaiserhof zu untersuchen. (Erschienen in japanischer Sprache in einer Publikation der japanischen Fürstenhäuser, 2003.)

[2] Publiziert in Englisch und Japanisch, in: Journal of the International Association of Costume. No. 26/2004 S. 4-13

Tokyo) und über „Modern European Fashion influenced by Japan. German and Austrian Fashion of the 20th and 21st Century“ (Bunka Fashion College, Tokyo). Besonders beeindruckt war ich von den gigantischen Ausmaßen – sowohl des Gebäudes, der Anzahl der Studierenden und der künstlerischen Vielfalt – des Bunka Fashion College mit 5000 Studierenden. Dort wird nach der dreijährigen Ausbildung und Graduation ein einjähriges Postgraduate-Studium in Fashion Creation Research and Development oder in Fashion Business Research and Development angeboten.

Die Stärke des japanischen Modedesigns zu Beginn des 21. Jahrhundert liegt (weiterhin) darin, eigene Traditionen und Moderne in einer zeitgenössisch – avantgardistischen Mode zu realisieren, ohne vergangene Looks zu zitieren. Bemerkenswert ist jedoch, dass im musealen Bereich (Costume Museum Kobe, Bunka Fashion Museum und Kyoto Costume Institute) ein großes Interesse an europäischer Mode der letzten 300 Jahre besteht ebenso wie aktuelle Designermode gesammelt wird. Eine fulminante Ausstellung war „Colours. Viktor & Rolf“ des Kyoto Costume Institute, als Gäste kuratiert von dem niederländischen Designer-Duo Viktor & Rolf.

Fashion-Workshop inVietnam

Ein weiterer interessanter Höhepunkt für mich war im Herbst 2004 die Moderation eines Fashion Workshops im Goethe Institut in Hanoi und in Saigon anlässlich des Kulturprogramms zur ASEM 5 Gipfelkonferenz. Junge Modedesigner aus europäischen und asiatischen Ländern waren zu einem gemeinsamen Workshop und der Präsentation ihrer Kollektion vom Goethe Institut Hanoi eingeladen worden. Deutlich wurde die eher minimalistische Annäherung an Mode der Europäer im Unterschied zur Tendenz zu Glamour und Prachtentfaltung der anwesenden Asiaten (Japan war nicht vertreten). Die Jungdesigner des Gastlandes Vietnam waren besonders interessiert zu erfahren, ob und wie ihre Modeentwürfe mit dem europäischen Modeverständnis übereinstimmen, um auf dem europäischen Modemarkt Fuß fassen zu können.

Und letztendlich ging es auch darum, Tradition und Eigenständigkeit der vietnamesischen Kultur zu bewahren und dennoch eine kosmopolitische Designsprache zu sprechen – eine Gratwanderung.

Zur Einführung in die japanische Teezeremonie (freiwilliges Unterrichtsfach) an der Japan Women's University wurde Ingrid Loschek in einen Frühlings-Kimono gekleidet. Mit dabei: Professorin Kei Sasai, die gastgebende Kollegin.

Die Autorin
Dr. Ingrid Loschek ist Professorin für Modegeschichte und Modetheorie im Studiengang Mode.

Bestätigung für ein Pionierprojekt

Weiterbildungsmaster für Nachfolger und Übernehmer im Mittelstand

von Armin Pfannenschwarz

Mit dem Studiengang „MBA in Unternehmensentwicklung“ verfolgt die Hochschule Pforzheim ein europaweit einzigartiges Programm: ein MBA-Aufbaustudium speziell für Nachfolger und Übernehmer mittelständischer Unternehmen. Die ersten Erfahrungen bestätigen das unkonventionelle Konzept. Im Umfeld global dynamisierter Märkte haben sich die Anforderungen an eine bestimmte Berufsgruppe überproportional erhöht: Unternehmer zu werden und zu bleiben ist inzwischen eine permanente Herausforderung, zu der mehr gehört als eine gute Geschäftsidee und etwas Verhandlungsgeschick.

Dies gilt insbesondere für die potenziellen Unternehmer der Zukunft: für die Nachfolger aus der Familie oder aus dem Kreis der Mitarbeiter. Sinkendes Interesse an einer Weiterführung von Betrieben sowie eine alarmierend hohe Zahl von Firmen, die mangels Nachfolger schließen müssen, haben inzwischen zu Antworten geführt, von denen eine an der Hochschule Pforzheim umgesetzt wird. In einem eineinhalbjährigen Intensivstudium parallel zur Berufstätigkeit im zu übernehmenden Betrieb lernen hier junge Unternehmer alles, was sie für die zeitgemäße Führung eines mittleren Unternehmens wissen, kennen und können müssen.

Der MBA-UE ist als Weiterbildungs-Master konzipiert. Die Zulassungsvoraussetzungen schreiben neben einem Erststudium mit Prädikatsabschluss auch eine mehrjährige Berufserfahrung sowie ein eigenes konkretes Übernahmeprojekt vor. Als eine Konsequenz daraus nimmt der Studiengang keine Ressourcen der Hochschule in Anspruch, sondern trägt sich finanziell und organisatorisch selbst. Neben den Studiengebühren (z. Zt. EUR 19.000,- für das gesamte Studium) tragen dazu eine Stiftungsprofessur der Sparkasse Pforzheim sowie eine Förderung des Europäischen Sozialfonds bei.

Der erste Jahrgang startete im Herbst 2003 und konnte im April 2005 vollzählig verabschiedet werden. Ernst Pfister, Wirtschaftsminister des Landes Baden-Württemberg, ließ es sich nicht nehmen, den Absolventen bei einer akademischen Feierstunde persönlich zu gratulieren und den Eltern jeweils einen symbolischen Staffelstab zu überreichen. Die Botschaft: die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Übernahme sind erfüllt, es liegt nun am Senior, den Stab zum richtigen Zeitpunkt zu übergeben.

Die Zeit des Studiums selbst war für alle Absolventen mit Härten verbunden. Neben der Tätigkeit im eigenen Unternehmen von Montag bis Mittwoch – meist in einer verantwortlichen Position mit deutlich mehr als acht Arbeitsstunden pro Tag – verlangte das Präsenzstudium von Donnerstag bis Samstagmittag nochmals 29 Stunden Konzentration, hinzu kamen noch etliche Stunden für Klausurvorbereitung, Recherchen oder Seminararbeiten.

Diese starke Be-, manchmal auch Überlastung, gehört zum Konzept. Jeder Unternehmer muss die Fähigkeit entwickeln, trotz chronisch knapper Zeit die wesentlichen Entscheidungen zu treffen und umzusetzen. Das Studium bietet dafür sowohl Simulation und Übungsmöglichkeit als auch gezielte Unterstützung wie Zeit-, Projekt- und Selbstmanagement.

So wird auch das Ziel des Studiengangs erreicht, das nicht nur in der Vermittlung von Wissen und Kenntnissen besteht, sondern in einer umfassenden Entwicklung der Persönlichkeit. Unternehmerische Handlungskompetenz besteht – neben unverzichtbarem Fachwissen – eben vor allem aus sozialen Fähigkeiten und gezieltem Methodeneinsatz.

Die Erfahrungen des ersten Jahrgangs bestätigen dieses Konzept. Alle Absolventen gewannen in den achtzehn Studienmonaten erkennbar an Format, an Persönlichkeit und Souveränität. Damit entsprechen sie dem Anforderungsprofil ihrer Aufgabe: als umfassend geschulte und generalistisch geprägte Unternehmer können sie den Herausforderungen der Zukunft gelassen entgegensehen.

Das Thema der Nachfolge betraf auch die Organisatoren: parallel zur Verabschiedung des ersten Studienjahrgangs übergab Professor Dr. Rolf Güdemann, der Initiator und bisherige Studiengangleiter, sein Amt an Dr. Armin Pfannenschwarz, den Inhaber der Stiftungsprofessur der Sparkasse Pforzheim Calw.

Der Autor
Dr. Armin Pfannenschwarz leitet den Studiengang MBA in Unternehmensentwicklung.

Überreichung der Masterurkunden für den ersten Jahrgang am 30. April unter Mitwirkung von Wirtschaftsminister Ernst Pfister.

19 Meilensteine

Vector SCM – Ein Ausflug in die Automobilzulieferindustrie

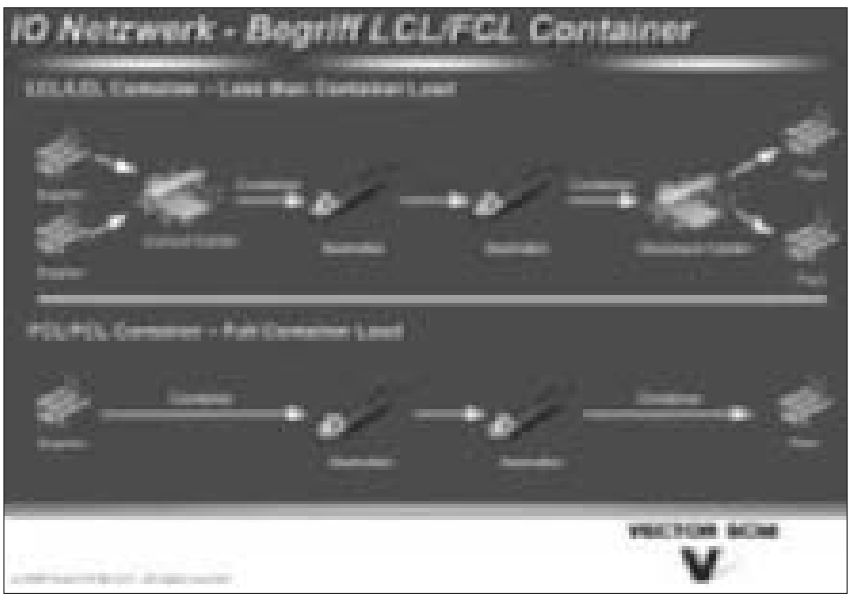
von Daniela Höll

An der Hochschule Pforzheim stehen im Hauptstudium Fallstudien für die Studenten auf dem Programm. Der Studiengang Betriebswirtschaft/ Beschaffung und Logistik organisiert unter der Leitung von Professor Dr.-Ing. Klaus Möller und Professor Reinhard Schottmüller Vorträge von Unternehmen, die ihre Software für den Einsatz im Bereich Logistik vorstellen. Im Rahmen dieser Vortragsreihe hielt Stefan Balsam im April 2005 einen Vortrag zum Thema Interkontinentales Netzwerk und die damit verbundenen Anforderungen an ein Tracking & Tracing Tool.

Herr Balsam, selbst Absolvent des Studiengangs, arbeitet bei Vector SCM in Eschborn im Bereich Intercontinental Operations (IO). Vector SCM ist ein 4th Party Logistics Provider (4PL). Dieser versteht sich als Gestalter und Koordinator von Supply Chains, wobei die operativen Tätigkeiten einem anderen Dienstleister überlassen werden. Das signifikante Know-How und der Wertbeitrag des 4PL liegen in der Optimierung der Architekturen der Versorgungsketten und der strategischen Steuerung und Kontrolle dieser Supply Chains.

Weltweit sind 380 Mitarbeiter in dem Unternehmen tätig, 36 in Europa. Der Hauptsitz befindet sich in Novi, USA. Weitere Niederlassungen sind in Europa, Asien und Südamerika ansässig. Einer der größten Kunden von Vector SCM ist General Motors (GM). Für diesen Kunden übernimmt Vector SCM die Steuerung der Material- bzw. der Fahrzeugtransporte weltweit. In Europa stehen TNT, Exel und Panalpina unter Vertrag für die Transporte von Stückgut und Containern; pro Monat werden 500 Container aus Europa exportiert und 200 nach Europa importiert – Waren von über 1200 Lieferanten aus 20 Ländern.

Im Detail stellt sich der Materialfluss innerhalb Europas vom Lieferanten bis hin zum Werk von GM bzw. Opel wie in der Grafik dar. Die Materialien werden von den Lieferanten durch Speditionen abgeholt und in ein Konsolidierungscenter (Consol Center) gebracht, wenn es sich um Stückgut (Less than Container Load) handelt. In diesem Center werden die eingehenden Paletten bzw. Gitterboxen der verschieden Lieferanten mit demselben Bestimmungsort in einen Container verstaut. Der verplombte Container wird an den Seehafen verbracht und auf ein Containerschiff verladen. Vom Empfangshafen wird der Container in ein Dekonsolidierungscenter (Deconsol Center) gebracht. Hier wird die Ladung wieder in die einzelnen Stückgutpakete zerteilt und von dort aus per LKW zum entsprechenden Werk transportiert. Handelt es sich nicht um einen Stückguttransport, sondern um eine „Full Container Load“, d.h. der Lieferant befüllt einen kompletten Container mit seinen Erzeugnissen, dann entfällt die Stufe des Umpackens im Consol bzw. Deconsol Center.



Bei einer „Less than Container Load“ sind 19 Meilensteine in Form von einzelnen Kontrollpunkten abzuarbeiten, bis die Waren vom Zulieferer beim Automobilbauer sind. Das heißt, es gibt 19 Schnittstellen, an denen der Materialfluss abreißen und dies zu Problemen in den weiteren Stationen der Kette führen könnte. Ziel ist es deshalb, eine die Materialflüsse von GM komplett abzubilden und die Überwachung der Sendungen über alle Stationen hinweg systemübergreifend zu gewährleisten. Bei Vector SCM erfolgt diese Überwachung mit Hilfe eines Tracking & Tracing Tools, dem Supply Chain Management System – GC3. In diesem System werden alle ladungsrelevanten Informationen aus allen beteiligten Systemen gespeichert und sind jederzeit abrufbar. Immer wenn ein Meilenstein abgearbeitet wurde, werden die Daten von dem Service Provider per EDI-Message an das GC3 übermittelt. Mit einem „Ampelsystem“, das mögliche kritische Unterbrechungen der geplanten Supply Chain anzeigt, werden die verschiedenen Stati der Ladungen visualisiert.

Im Anschluss an den Vortrag von Herrn Balsam schloss sich ein Workshop für eine Studentengruppe an. Hier wurden bei Vector SCM behandelte Erweiterungen des Tracking & Tracing Tools, zum Beispiel in Richtung zusätzlicher Meilensteine wie die für Australien notwendige Containerbegasung, vorgestellt und deren Lösungsansätze diskutiert.

Die Autorin
Daniela Höll studiert im 8. Semester Betriebswirtschaft/Beschaffung und Logistik.

„Originelle und konstruktive Vorschläge“

Marketing-Projekte mit der AGoSi und HSL Lasercut

von Hans-Georg Köglmayr und Bianca Höger

Im Sommersemester 2005 kooperieren Studenten des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen der Hochschule im Rahmen einer ihrer Projektarbeiten mit dem Pforzheimer Traditionsunternehmen Allgemeine Gold- und Silberscheideanstalt AG. Die Studentengruppe unter der Leitung von Professor Dr. Köglmayr führt gemeinsam mit Vertretern des Unternehmens ein Projekt durch, das die Messung, Analyse und Verbesserung der Kundenzufriedenheit zum Inhalt hat. Ziel ist es, das im Unternehmen integrierte Kundenmanagement aus Sicht von Marketing und Vertrieb, aber auch unter Qualitätsaspekten, zu verbessern.

Das Projekt wird in mehrere Phasen gegliedert. Jeweils am Ende eines Projektabschnitts treffen sich die beteiligten Studenten, der betreuende Professor Dr. Köglmayr sowie das „Allgemeine-Team“ zu so genannten „Checkpoints“ an der Hochschule. Die Studenten präsentieren bei diesen Treffen ihre bis zu diesem Zeitpunkt erzielten Teilergebnisse, die dann gemeinsam mit den Firmenvertretern und Professor Dr. Köglmayr diskutiert werden. Die vermittelten Anregungen und Änderungsvorschläge gilt es zu prüfen und zu verarbeiten, sowie darüber hinaus die weiteren Schritte zu koordinieren.

Basis des aktuellen Projekts ist eine Semesterarbeit des vergangenen Wintersemesters, deren konkrete Aufgabe darin bestand, ein Instrument zur Erfassung (Fragebogen zur Kundenbefragung) und Analyse (Auswertungsschema) der Kundenzufriedenheit zu erstellen. Darauf aufbauend wird die Allgemeine in den kommenden Wochen eine Kundenbefragung durchführen und die jetzige Studentengruppe wird sie anschließend auswerten.

Da alle kundenbezogenen Abläufe, die im Unternehmen anfallen, abgedeckt werden sollen, teilten die Studenten den Fragebogen in die Dimensionen Preis, Qualität der Mitarbeiter und Qualität der Prozesse, Lieferung sowie Service ein. Für jedes dieser Schwerpunktthemen wurden aussagekräftige Fragen formuliert, mit deren Hilfe sich bei der Auswertung Stärken oder Schwachstellen in den betroffenen Abläufen identifizieren und gleichzeitig Verbesserungspotentiale aufzeigen lassen. Um die Auswertung der Befragung zu standardisieren und valide Ergebnisse zu erhalten, war es wichtig, dass die Studenten analog zum Fragebogen ein adäquates, „software-unterstütztes“ Auswertungsschema entwarfen.

Auf gute Zusammenarbeit: Ulrich Hartmann (AGoSi), Professor Dr. Hans-Georg Köglmayr, Bianca Mössner, Lutz Bischoff (AGoSi), Dennis Link, Jens Ziegler (AGoSi), Maren Wiehl, Rudolf König (AGoSi) und Meike Wiehl.

Die von den Studenten konzipierte Befragung soll keine einmalige Aktion darstellen, sondern künftig in Form einer kontinuierlichen Analyse der Kundenzufriedenheit fester Bestandteil des seit Jahren sehr erfolgreich praktizierten Qualitätsmanagements der Allgemeinen werden. Eine Intention der Analyse ist es darüber hinaus auch, Verbesserungspotentiale auf Seiten des Unternehmens in der Zusammenarbeit mit den Kunden herauszufiltern und entsprechend Änderungswünsche umzusetzen.

Von den Zwischenergebnissen, die zu Ende des Wintersemesters vorlagen, zeigten sich die Vertreter der Allgemeinen begeistert. Ulrich Hartmann und Jens Ziegler, die Leiter der Vertriebssparten Industrie- und Schmuckmetall, bedankten sich im Namen aller Beteiligten des Unternehmens für die „sehr angenehme und erfolgreiche Zusammenarbeit“ und freuen sich auf die Fortsetzung in den kommenden Monaten: „Wir waren von Anfang an sicher, dass es mit der Hochschule ein erfolgreiches Projekt wird“, so Hartmann. Auch die erste Studierendengruppe zog ein überaus positives Fazit aus der gemeinsamen Arbeit, lobte ausdrücklich die sehr unkomplizierte Zusammenarbeit, die „toll funktioniert“ habe, so dass sie ebenfalls ein „ganz großes Dankeschön“ an alle involvierten Mitarbeiter der Allgemeinen richteten.

Nach seiner erfolgreichen Zertifizierung im Sommer 2004 hat auch das Neuhausener Unternehmen HSL LASERCUT erneut ein Industrieprojekt mit Studenten des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen durchgeführt. Die Aufgabenstellung umfasste die Entwicklung eines Marketingkonzeptes für den Spezialanbieter für Laserschnitt und Blechbearbeitung.

Die Studierenden befassten sich dabei intensiv mit dem Spannungsfeld zwischen Dienstleistungs- und Produktmarketing am Beispiel eines Kleinbetriebs. HSL Lasercut möchte – so die Vorgabe – zum einen als Lohnfertiger agieren, zum anderen

Die studentische Projektgruppe mit Andreas Steinhauser (2. von links; HSL Lasercut) und Professor Dr. Hans-Georg Köglmayr (ganz rechts).

künftig auch eigene Produkte herstellen und auf den Markt bringen.

In beiden Bereichen war es gleichermaßen wichtig, zunächst den Markt und die Wettbewerbssituation zu analysieren. Daran anschließend wurde für den Dienstleistungssektor ein Marketingkonzept entworfen, das verschiedene Vorschläge, beispielsweise für Maßnahmen im Hinblick auf Promotion und Kommunikation enthält. Die praktische Umsetzung demonstrierte die Studentengruppe an der Anpassung des Internetauftritts von HSL an die neue Konzeption. Dabei verfolgte sie das Ziel, den bestehenden, professionellen Auftritt beizubehalten, gleichzeitig jedoch mit Hilfe der Website einen persönlichen Bezug zum Unternehmen, den Verantwortlichen und den Dienstleistungen an sich herzustellen. Das Ergebnis wird demnächst unter http://www.hsl-lasercut.de der Öffentlichkeit zugänglich sein.

Im Produktbereich wurden, ausgehend von der Situationsanalyse, im Rahmen eines Brainstormings Ideen für mögliche Eigenfabrikate des Blechbearbeitungs-Spezialisten eruiert. Dazu führte das Projekt-Team einen Workshop mit Vertretern des Unternehmens und Kommilitonen der Vertiefungsrichtung Marketing des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen durch. Andreas Steinhauser, Juniorchef von HSL, zeigte sich „begeistert von der Fülle origineller, aber auch konstruktiver Vorschläge“ als er die Produktideen gemeinsam mit den Studierenden bewertete. Das Marketingkonzept für den Bereich Produkte sieht unter anderem einen Online-Vertrieb der Artikel vor, dessen konkrete Umsetzung die Gruppe mit dem Aufbau eines Web-Shops auf der Internetplattform ebay demonstrierte. Unter den Rubriken Design & Accessoires, Haus & Garten, Möbel, Schilder und Beschriftungen sollen dort in Zukunft Erzeugnisse wie zum Beispiel Hausnummernschilder, Weinregale, Bilderrahmen oder Handtuchhalter angeboten werden, die teilweise an den individuellen Geschmack der Kunden angepasst werden können.

Bei der Abschlusspräsentation der Ausarbeitungen dankte Andreas Steinhauser den Studenten für ihr Engagement und ihre kreativen Anregungen. Professor Dr. Köglmayr freute sich darüber, dass die HSL LASERCUT GmbH & Co. KG erneut den Studenten ermöglicht habe, „Praxisluft zu schnuppern“ und dadurch wertvolle Erfahrungen zu sammeln.

Die Autoren
Dr. Hans-Georg Köglmayr ist Professor für Logistik, Marketing und Qualitätsmanagement im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen. Dipl.-Betriebswirtin Bianca Höger ist Assistentin im Fachbereich.

Wirtschaftsingenieure im Waldkindergarten

Studenten entwickeln ein internetgestütztes Verwaltungssystem für „Eichhörnchen“

von Alfred Schätter, Bianca Höger, Boris Bickel und Marcel Schuster

Zwei Studenten des Bereichs Wirtschaftsingenieurwesen haben im Rahmen ihrer Informationstechnologie-Projekte im 7. Semester eine Internetdatenbank zur Online-Verwaltung des Waldkindergartens Pforzheim e.V. programmiert. Unterstützt wurden sie dabei vom Dekan des Fachbereichs, Professor Uwe Dittmann, und Professor Alfred Schätter, der seine Arbeitsschwerpunkte als Professor der Informatik unter anderem auf die Entwicklung von Internetanwendungen ausgerichtet hat.

Ziel des Kooperationsprojekts war die Entwicklung eines web-basierten Systems, mit dem man – unabhängig von einem festen Arbeitsplatz mit lokal installierten Dateien, von jedem Computer weltweit auf die Daten des Kindergartens im Eutinger Wald zugreifen kann. Dadurch soll es jedem autorisierten Benutzer ermöglicht werden, jederzeit an jedem Ort mit Hilfe eines einfachen Internetzugangs Zugriff zu den Kindergartendaten zu erhalten – egal ob er sich auf Geschäftsreise, im Urlaub, am Arbeitsplatz oder ganz einfach zu Hause befindet.

Die Studierenden standen zunächst vor der Herausforderung, ein anwenderorientiertes Datenbankkonzept zu entwerfen, um anschließend die internetgestützte Verwaltung programmieren und die erforderlichen Formulare erstellen zu können. Letztendlich sollte eine möglichst benutzerfreundliche Anwendung zur Organisation des Waldkindergartens entstehen, mit der Daten erfasst, verwaltet und ausgewertet werden können. „Die Konzeptions- und Programmierungsphase erfolgte im ständigen und engen Austausch mit dem Kindergarten, so dass Änderungen und Optimierungen schnell umgesetzt werden konnten“, erläutert Boris Bickel, einer der beiden Mitglieder des Projektteams, „aus unserer Sicht war das Projekt ein Erfolg, da wir zum einen die Gelegenheit hatten, uns fachliche Kenntnisse über Programmiersprachen anzueignen, und zum anderen Erfahrungen im Bereich des Projektmanagements und des direkten "Kundenkontakts" vertiefen konnten.“

Bei der Modellierung des internetgestützten Verwaltungssystems waren unterschiedliche Gruppierungen wie Vereinsmitglieder, Kindergartenkinder, Kinder auf der Warteliste, Geldgeber und sonstige Kontakte zu berücksichtigen, deren Daten eingegeben und abgerufen werden. Dabei muss insbesondere auch die Sicherheit der Daten gewährleistet sein. Bei der Eingabe können künftig neben persönlichen Daten auch Angaben zu Mitgliedsstatus, Bankverbindung und gesundheitlichen Aspekten, wie etwa Allergien der Kinder, erfasst werden. Außerdem besteht für zugriffsberechtigte Personen zum Beispiel die Möglichkeit, sich Adresslisten von Kindern, Eltern oder Mitarbeitern ausgeben zu lassen oder die Daten hinsichtlich des „Mitgehdienstes“ zu filtern, um herauszufinden, welche Eltern an welchen Wochentagen zur Verfügung stehen, um die Kindergartengruppe „die Eichhörnchen“ zu begleiten.

Nach erfolgreich verlaufenem Benutzertest wurde das Projekt offiziell übergeben. Bei der abschließenden Präsentation überreichten die beiden Studenten, wie es sich in Informatiker-Kreisen gehört, ein Entwickler- und Benutzerhandbuch an die Verantwortlichen des Waldkindergartens. „Uns freut bei diesem Projekt vor allem, dass es nicht in der Schublade landet, sondern wirklich gebraucht und genutzt wird“, betonte Marcel Schuster. Denn die Hürde vom theoretischen Konstrukt zum praktischen Einsatz wurde bereits genommen: „Die Datenbank wird bei uns jetzt schon intensiv eingesetzt“, bestätigt Claudia Rathert, Schriftführerin des Kindergartenvereins. Für die vielen schlaflosen Nächte, die sie über ihrer Projektarbeit saßen, bedankten sich die Vertreter des Waldkinderkartens mit Kino-Gutscheinen bei den Studierenden.

Bestens kooperiert: Marcel Schuster, Claudia Rathert (Schriftführerin des Waldkindergartenvereins), Udo Beck (Schatzmeister), Simone Hager (1. Vorsitzende) und Alfred Schätter; sitzend: Boris Bickel.

Die Autoren
Professor Alfred Schätter ist Professor für Informatik im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen.
Dipl.-Betriebswirtin Bianca Höger ist Assistentin im Fachbereich. Boris Bickel und Marcel Schuster studieren im 7. Semester Wirtschaftsingenieurwesen.

„Erstklassige“ Studienbedingungen

Erste Gaststudenten aus Monterrey im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen

von Uwe Dittmann, Guy Fournier und Bianca Höger

Der Startschuss für das erste Austauschprogramm im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen (WI) mit einer Hochschule in Mexiko ist gefallen: Den Anfang machen zwei angehende Wirtschaftsingenieure aus Monterrey, die seit September in Pforzheim sind und hier ein Auslandssemester verbringen. Die ersten Pforzheimer Wirtschaftsingenieure werden im Januar nach Monterrey fliegen.

Es gab zwar in der Vergangenheit bereits Gaststudenten, die von der Hochschule in Monterrey an die Hochschule Pforzheim kamen, um in Deutschland ein oder zwei Semester ihres Studienprogramms zu absolvieren, früher war dies jedoch nur im Bereich der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge möglich oder im Rahmen des „International Management Program“, welches in englischer Sprache speziell für Studenten aus dem Ausland angeboten wird. „Aber jetzt sind mein Kollege Edgardo Romo und ich die ersten zwei Studenten, die im Bereich Technik studieren“, freut sich Rocio Elizondo, die als Austauschstudentin im 5. Semester Wirtschaftsingenieurwesen immatrikuliert ist. „Wir beide besuchen die Logistik-Vorlesungen, und außerdem Lehrveranstaltungen in Controlling, Produktion, Fertigungstechnik, Informationstechnologie, Managementtechniken und Marketing.“ Möglich wurde dies durch die internationale Zusammenarbeit zwischen den Wirtschaftsingenieuren in Pforzheim und Monterrey, die auf Initiative des Dekans, Professor Uwe Dittmann, und Prof. Guy Fournier in die Wege geleitet wurde.

Die Anlagen und Einrichtungen der Hochschule Pforzheim wie Labore, Computer-Räume, Bibliothek und Hörsäle findet die junge Mexikanerin „erstklassig“ und hervorragend geeignet fürs Studium. Den Professoren bescheinigt sie ein hohes Maß an Kompetenz und Motivation. „Die Vorlesungen sind sehr interessant und auf hohem Niveau“, so die Studentin. Die Studiensysteme in Mexiko und Deutschland seien allerdings „ein bisschen anders“, beispielsweise werden in ihrem Heimatland pro Studienfach neben den Klausuren zum Semesterende zusätzliche Zwischen-klausuren geschrieben. Dazu kommen jeweils noch Hausaufgaben, Gruppenarbeiten und Projekte. Der Studienplan ist dem von der Hochschule Pforzheim jedoch ziemlich ähnlich; und über Langeweile kann sie sich nicht beklagen: „Hier an der Hochschule schreibe ich zwar nur eine Klausur pro Fach, trotzdem finde ich es sehr anspruchsvoll.“

Prof. Uwe Dittmann, Rocio Elizondo und Prof. Dr. Guy Fournier.

Das Instituto Technologico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) bietet 30 Studiengänge in technischen, wirtschaftlichen, gestaltungs- und geisteswissenschaftlichen Bereichen. Insgesamt sind derzeit über 18.000 Studenten an der mexikanischen Hochschule eingeschrieben. Der Bachelor-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen mit der internationalen Bezeichnung „Industrial Engineering“ ist dabei einer der größten Studiengänge mit mehr als 3.500 Studierenden. Die Hochschule wird bei Rankings gemeinsam mit den US-amerikanischen Universitäten bewertet und nimmt auf diesen Ranglisten einen Spitzenplatz ein.

Die Internationalisierung des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen in Pforzheim wird derzeit mit höchster Priorität vorangetrieben und sowohl im Diplomstudiengang als auch im künftigen Bachelor- bzw. Masterstudiengang einen großen Stellenwert einnehmen. Im Rahmen der Kooperation mit dem ITESM in Monterrey wird in Kürze der Erwerb eines Doppeldiploms für die Studierenden möglich sein.

Die Autoren
Professor Uwe Dittmann ist Dekan im Fachbereich Beschaffung und Logistik / Wirtschaftsingenieurwesen.
Professor Dr. Guy Fournier ist Professor für Betriebswirtschaftslehre und Internationales Management. Dipl.-Betriebswirtin Bianca Höger ist Assistentin im Fachbereich 3.

Kommunikations-Plattform im Internet erarbeitet

Erfolgreiches LARS-Projekt erleichtert den Übergang von Schule zur Hochschule

von Michael Felleisen

Im Sommer 2004 wurde aus einem Gespräch mit dem Informatik-Fachlehrer des Berufskollegs Mühlacker, Jörg Höfflin, die Idee entwickelt, den Informatik-Unterricht am Berufskolleg in Form eines Projektes mit Schüler/innen und Studenten zu gestalten. Das Vorhaben konnte im Rahmen von LARS – Leistungsanreizsystem in der Lehre – realisiert werden.

Innerhalb des Projekts mit dem Berufskolleg Mühlacker wurde eine Kommunikations-Plattform mit zugehöriger Portalseite von Informatik-Schülern gemeinsam mit einem Studenten des Studienganges Technische Informatik, Stefan Grund, entwickelt. Die Projektleitung führte eine Gruppe von 7 Schülern durch, weitere 11 Schüler realisierten mit dem Studenten das Projekt. Der Informatiklehrer, Herr Höflin sowie der für das Labor für Automatisierungstechnik zuständige Laboringenieur Dipl.-Phys. Michael Bauer und Prof. Dr.-Ing. Michael Felleisen übernahmen die Projektverantwortung und standen bei Fragen zur Verfügung, die die Gruppe nicht selbst beantworten konnte.

Mit diesem Projekt wurden die Schüler an studentische Hochschulprojekte herangeführt, ohne eine Scheu vor der „Obrigkeit: Professor und Hochschule“ zu empfinden. Darüber hinaus lernten die Schüler das Umfeld Hochschule und deren Möglichkeiten durch einen „Paten-Studenten“ kennen, wodurch Hemmungen gegenüber dem unbekannten Hochschulbetrieb verloren gingen, insbesondere auch durch die Bearbeitung einer technischen Fragestellung aus dem Informatik-Unterricht.

Das durchgeführte Schule-Hochschul-Projekt wurde auf Wunsch des Fachlehrers vollständig in den Informatikunterrichtsablauf des Berufskollegs eingearbeitet. Um dabei Anforderungen des bestehenden Lehrplans zu erfüllen, wurde die Inhalte darauf abgestimmt. Wesentliches Ziel war es, den Übergang Schule – Hochschule für die beteiligten Schüler/innen zu fördern, d.h. die Schüler für die Arbeit an der Hochschule zu begeistern, indem sie „dort abgeholt wurden“, wo sie sich sicher fühlen, thematisch wie örtlich.

Aufgrund der Abstimmung mit dem bestehenden Lehrplan wurden komplexere studentische Projektthemen möglich trotz einer starken Inhomogenität bezüglich des Vorwissens und der Einzelinteressen der Schüler. Es gelang sehr gut, den Schülern die Anforderungen einer Hochschule aufzuzeigen. Projektarbeitsthema war die Erstellung einer Kommunikations-Plattform mit zugehöriger Portalseite im Internet.

Als Programmiersprache wurde die Skriptsprache PHP verwendet, die in den letzten zwei Jahren in studentischen Projektarbeiten des Labors für Automatisierungstechnik der Hochschule Pforzheim erfolgreich eingesetzt wurde. PHP ist als Internet-Programmiersprache den Schülern zwar weniger bekannt, lässt jedoch durch ihre Einfachheit die Programmierung komplexer Elemente zu und führt die Schüler zu einer objektorientierte Programmierung, die heute Standard ist. Im Funktionenumfang steht PHP anderen, den Schülern teilweise bekannten Sprachen wie Visual Basic oder C++ in nichts nach, bietet jedoch einen praktischeren Bezug und ist demnach didaktisch sinnvoller an der Schnittstelle Schule – Hochschule, vor allem bei Gruppen mit stark differierenden Vorkenntnissen.

Aufgrund der eingeschränkten Projektstundenzahl war es nicht möglich, die gestellte Aufgabe als vollständige Eigenentwicklung zu lösen, weshalb auf bereits bestehende, kostenlose „Forensysteme“ als Basis zurückgegriffen wurde. Dabei handelte es sich um das „Open-Source-System phpBB“, was den Schülern zeigte, wie in einer realen technischen Entwicklung das Rad nicht immer neu erfunden wird, sondern auf bestehendes, in diesem Fall auf „Open-Source-Systeme“ zurückgegriffen wird, die kostenlos im Internet zur Verfügung stehen.

Aufgabe der Schüler war es, aufbauend auf diesem System eine sich selbständig aktualisierende Portalseite für das Internet zu erstellen. Dazu wurden drei Gruppen gebildet, welche sich mit unterschiedlichen Teilaufgaben befassten, um auch hier die in der Industrie erforderliche Teamarbeit zu demonstrieren, die wir den Studenten an der Hochschule durch verschiedenste Maßnahmen vermitteln. Den Schülern im Projekt wurde klar, dass unterschiedliche Wissens- und Erfahrungsstände kein Hemmnis, sondern ein Vorteil ist. Die Gruppen wurden wie folgt aufgeteilt:

1. Konzeption und Allgemeines
2. Layout und Design
3. Komplexe Programmierung

Gruppe 1 beschäftigte sich mit der Konzeption des Gesamtsystems, der Interoperabilität, der Projektverwaltung und der Verfolgung von Möglichkeiten zur Ausnutzung von Synergieeffekten durch die Kombination verschiedener Projektmitarbeiter mit verschiedenem Vorwissen, so dass eine größtmögliche Lernleistung für die Gesamtgruppe erzielt werden konnte.

Gruppe 2 hatte die Aufgabe, sich mit dem Layout und grafischen Design der entstehenden Homepage zu beschäftigen. Hier waren zusätzliche Gesichtspunkten der Barrierefreiheit z.B. für Sehbehinderte unter Einhaltung der Richtlinien zur Gleichstellung körperlich behinderter Personen zu berücksichtigen.

Gruppe 3 setzte sich aus Schülern zusammen, die bereits mit höheren Programmiersprachen Erfahrungen hatten und daher die komplexe Programmieraufgabe auf Basis der Informationen der anderen Gruppen übernahmen.

Alle drei Gruppen arbeiteten eng zusammen und lernten die Arbeit im Team und die Nutzung zur Verfügung stehender Wissensquellen aus dem eigenen Pool heraus kennen. Der heutige Projektstand ist der, dass die Schüler eine Einführung in die Skriptsprache PHP durch die studentische Hilfskraft erhalten haben, der zugehörige Server für die Homepage bereits läuft und die Aufgabenstellung, die Entwicklung einer selbst aktualisierenden Portalseite abgeschlossen wurde.

Die Arbeit im Projekt machte allen Beteiligten sehr viel Spass, auch wenn die Schüler des öfteren an ihre fachliche Grenzen stießen. Bei dieser Projektarbeit lernten die Schüler das ingenieurmässige Arbeiten durch persönliches Erleben kennen, was ihnen zeigte, dass es nach einem Studium keinen Stillstand gibt, sondern lebenslanges Lernen das Berufsleben des Ingenieurs prägt.

Neben diesem Projekt laufen im Studiengang Elektrotechnik/Informationstechnik in jedem Semester durchgeführte Schüler-AG´s und Laborinformationstage, die den Übergang Schule-Hochschule bei den zukünftigen Studierenden mildern sollen.

Bei den Schüler-AG´s sollen Schüler/innen in Gruppen die teamorientierte Lösung von Soft- und Hardware-Aufgaben kennen lernen. Zu diesem Zwecke wird ein neuartiges und modulares Lehrsystem angewandt, welches von studentischen Hilfskräften und Mitarbeitern der Hochschule Pforzheim im Labor für Automatisierungstechnik entwickelt wurde. Mit diesem Lehrsystem lässt sich in idealer Weise die Verknüpfung der „physikalischen Welt“ (Hardware/Mikroelektronik) mit der „informationstechnischen Welt“ (Software) aufzeigen und persönlich erleben.

Die bei den Schulen der Region seit nunmehr 6 Jahren bekannten Laborinformationstage sind auch bei den beteiligten Lehrern beliebte Informationsplattformen. Neben dem Studiengang Elektrotechnik/Informationstechnik arbeitet der Studiengang Maschinenbau eng verzahnt in dieser Information für zukünftige Studierende mit, so dass den Schüler/innen eine breite Palette der Technikwelt der Hochschule Pforzheim vorgestellt werden kann.

Der Autor
Dr.-Ing. Michael Felleisen ist Professor im Studiengang Elektrotechnik/Informationstechnik und leitet das Labor für Automatisierungstechnik.

„Making HRM work“

11. Internationale Human-Resources-Management-Konferenz in Schweden

von Tanja Hasselmann

Auch die Pausen werden genutzt: Professor Gairing liest die Financial Times…

Im November 2004 war es soweit: zwei Professoren und die Assistentin des Fachbereichs Personalmanagement begleiten die 12 Studenten unserer Hochschule nach Schweden zur „11. International Human Resources Conference 2004“ in Karlstad. Insgesamt trafen etwa 70 Kommilitonen samt ihren Professoren aus den Partnerhochschulen in Lille (Frankreich), Enschede und Deventer (Niederlande), West Flanderen (Belgien), Ipswich (England) und der gastgebenden Universität zusammen. Dort haben sie vom 07. bis 10. November aktuelle Personalmanagementthemen anhand von Fallstudien in Unternehmen und Fachvorträgen diskutiert. „Für unsere Studenten ist das eine hervorragende Chance, praxisnahe Informationen zum Personalbereich im europäischen Ausland zu sammeln“, so Studiengangleiter Professor Dr. Meinulf Kolb.

Wie können wir die Produktivität unserer Mitarbeiter messen? Welches System ist dafür sinnvoll und wie kann es kommuniziert werden? Wie sollen wir mit der großen Anzahl von Pensionären in den nächsten fünf bis zehn Jahren umgehen? Was müssen wir tun, um der attraktivste Arbeitgeber für potenzielle schwedische und europäische Arbeitnehmer zu sein? Wie werden die Ziele für unsere Mitarbeiter klar definiert und in welchem Zusammenhang steht die Work-Life-Balance dazu?

Für die angehenden Personaler waren die Fragen deshalb so interessant, weil sie ihnen im späteren Berufsalltag genauso wieder begegnen können. Besonders reizvoll war es, praxisrelevante Themen für Unternehmen zu durchleuchten und aus dem Dialog mit ihnen Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Wieder einmal waren die Unternehmen den Studenten gegenüber sehr aufgeschlossen und beantworteten auch die kritischen Fragen sehr offen und ehrlich. Hilfreich waren die unterschiedlichen Erfahrungshintergründe und Studienschwerpunkte innerhalb des Personalmanagements der Teilnehmer, die eine umfassende Beleuchtung der gestellten Aufgabe ermöglichte.

Die Studenten aus fünf Nationen verteilten sich auf drei schwedische Unternehmen aus Karlstad und Umgebung – Stora Enso (Papierfabrik), Metso Paper (Papiermaschinen), und Scandic Winn Hotels – sowie die Karlstad-Hammarö Upper Secondary Educational Administration. In Kleingruppen erarbeiteten die Studierenden auf Basis ihres theoretischen Wissens und ihrer praktischen Erfahrungen Lösungskonzepte für die Unternehmen.

Dem Hauptthema der Konferenz „Making HRM Work“ waren alle Fragestellungen untergeordnet. Bei Stora Enso wird in den nächsten Jahren eine große Anzahl von Arbeitnehmern in den Ruhestand gehen. Es galt mögliche kritische Elemente dieses Prozesses zu identifizieren und Alternativen zu finden. Die Aufgabe bei Metso Paper war es, einerseits die für den Standort relevanten Per-

Kamingespräche bei einem guten Bier: Nach getaner Arbeit sitzen Professoren und Studenten zusammen.

Logo der Konferenz

formance Measures zu definieren und andererseits hierfür eine geeignete Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Die Arbeitsgruppe bei Scandic Winn Hotels sollten den erwarteten Rekrutierungproblemen aufgrund des demographischen Wandels auf nationaler und internationaler Ebene ein Konzept entgegen zu stellen. Karlstad-Hammarö Upper Secondary Educational Administration vereint sechs Schulen unter einem Dach. Die entsprechende Fragestellung für die Studenten war unter anderem, wie eine gemeinsame Definition des Arbeitsumfeldes lauten kann und selbst von den Angestellten definiert wird.

Normalerweise würden Unternehmen nicht offen über diese Fragestellungen diskutieren. Umso interessierter waren die Firmenvertreter an den unvoreingenommenen Denkanstößen und Lösungsvorschlägen der Studenten aus fünf europäischen Ländern. Sie waren positiv überrascht über die theoretisch tiefgreifenden und praktikablen Lösungsvorschläge der Teilnehmer.

Allerdings gab es nicht nur Arbeit während der vier Tage. Begonnen haben die deutschen Teilnehmer mit einem schönen Abend in Göteborg und anschließender Tagestour durch die Stadt, bevor es gen Norden zur Konferenz ging. Karlstad wird als „Sunshine City“ bezeichnet, weil es dort so viele Sonnentage geben soll. Doch das Wetter war während der Konferenz sehr wechselhaft. Aber mit der Sonne im Herzen haben die schwedischen Gastgeber immer wieder dafür gesorgt, dass die Wolken wieder verschwanden. Die perfekt organisierten Tage in Schweden waren ein weiterer Meilenstein im Studium. Wertvolle Erfahrungen und interessante Einblicke waren nicht nur eine persönliche Bereicherung, sondern sicherlich genauso hilfreich für die berufliche Weiterentwicklung.

Die Autorin
Tanja Hasselmann hat ihr Studium Betriebswirtschaft//Personalmanagement im Jahr 2005 erfolgreich abgeschlossen. Wir wünschen ihr viel Freude und Erfolg im Beruf.

Strahlender Sonnenschein begrüßt die Gruppe im Hafen von Göteborg.

Cross Cultural Management

Interessantes Seminar für Wirtschaftsingenieure im französischen Reims

von Boris Bickel, Daniel Fies und Marcel Schuster

Am 06. April machten sich insgesamt 24 Studenten, vorwiegend aus dem 8. Semester des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen, auf den Weg nach Reims / Frankreich. Anlass dieser Reise war das Seminar Cross Cultural Management (CCM) an der Technology and Management School Reims (tema) vom 07. bis 12. April 2005, das von Professor Dr. Guy Fournier initiiert wurde. Die französische Partnerhochschule ist eine der renommiertesten Hochschulen (Grande école) für Management in Frankreich.

Direkt im Anschluss an die Vorlesungen machten wir uns in mehreren Gruppen per PKW auf den Weg ins nahe gelegene Frankreich. Abends und nach gut vier Stunden und 450 Kilometern Wegstrecke angekommen, nahmen wir unsere Quartiere für die nächsten Tage in Empfang. Vom komfortablen Hotelzimmer über klassische Jugendherbergen bis zur Unterkunft bei französischen Kommillitonen waren wir innerhalb der bezaubernden Innenstadt von Reims verteilt. Nachdem das Gepäck in den Unterkünften verstaut war, galt es, geleitet von unseren französischen Freunden, den spätabendlichen Hunger zu stillen. Das kulinarische Ziel dieses Abends war die Pizzeria „La Calabrese“. Wir wurden sehr gastfreundlich empfangen und genossen den Abend mit Pizzen direkt aus dem Holzofen sowie mit französischem Bier und Wein vom Fass. Da der Abend noch jung war, machten wir uns im Anschluss auf den Weg in den nahe gelegenen Irish Pub. Inmitten des irischen Flairs konnten wir unsere ersten Kontakte mit französischen Kollegen intensivieren.

Nach kurzer und für alle nicht ganz erholsamer Nacht „überfielen“ wir morgens die erste Boulangerie und versorgten uns mit den lang ersehnten Baguettes und Croissants. Dabei konnten unsere rudimentären Französischkenntnisse in Kombination mit wilder Gestik erfolgreich zur Bestellung eingesetzt werden. Mit dem Baguette unter dem Arm ging es nun an die Hochschule, an der wir an insgesamt vier Tagen zusammen mit den französischen Studenten sowohl Vorträge im Bereich des interkulturellen Managements besuchten, als auch erarbeitete Präsentationen zu interkulturellen Themen abhielten. Das gesamte Seminar wurde in englischer Sprache abgehalten.

Die Inhalte der Veranstaltungen waren zum einen Vorträge von Professor Dr. Guy Fournier und Professor Dr. David Evans zu interkulturellen Themen, die durch hoch interessante Praxisbeispiele global agierender Unternehmen ergänzt wurden. Des Weiteren wurden diverse Filmbeiträge über interkulturelle Verhandlungen sowie Gruppenarbeiten in Zusammenarbeit mit den französischen Studenten gezeigt. Zentrales Element waren jedoch mehrere Präsentationen über die Studien des renommierten niederländischen Kulturforschers Hofstede sowie Vorträge über unterschiedliche Kulturkreise dieser Erde, um deren kulturelle Besonderheiten und Spielregeln aufzuzeigen. Die Präsentationen zu den Hofstede-Studien wurden bereits in Deutschland vorbereitet. Die länderspezifischen Präsentationen wurden gemeinsam mit den französischen Studenten vor Ort erarbeitet und dem Plenum vorgetragen. Nicht nur innerhalb der Gruppenarbeiten, sondern auch bei der gemeinsamen Erstellung der Vorträge ließen sich schon bald deutliche Unterschiede in der Arbeitsweise zwischen uns deutschen und den französischen Studenten erkennen, so dass wir alle die ersten Erfahrungen mit kulturellen Abweichungen sammeln durften. So konnten wir schon bald erkennen, dass die französischen Studenten eine andere Herangehensweise haben, was die Vorbereitung für eine Präsentation und das Zeitmanagement anbelangt. Während wir Deutschen gerne über alles informiert sind und es lieben, alles zu planen und im Vorfeld bereits zu entscheiden, sind die Franzosen eher intuitiver und diskussionsfreudiger.

Interkulturelle Zusammenarbeit mit französischen Studenten: Inger Sörensen (Mitte) und Corinna Deck (links).

Einer lebhaften Diskussion folgt nach Auffassung der französischen Studenten eine kreative Phase, die wir Deutschen jedoch eher als chaotisch und als puren Stress beschreiben würden. Bei der Vorbereitung auf die jeweiligen Präsentationen gingen die Franzosen anders an die Sache heran und störten sich nicht daran, Folien während der Präsentation das erste Mal zu erblicken und daraufhin spontan die assoziierten Eindrücke zu kommunizieren. Trotz dieser für uns völlig anderen Arbeitsweise kamen wir mit unseren französischen Freunden zu beachtlichen Ergebnis-

sen. Ebenso konnten wir bald feststellen, dass von den Franzosen und uns Deutschen gegenseitig einige Verhaltensweisen wohlwollend adaptiert wurden. So konnten wir uns schnell mit der in Frankreich eher weniger beachteten Pünktlichkeit anfreunden, andererseits waren unsere französischen Freunde von der professionellen Arbeitsweise und dem Auftreten von uns deutschen Studenten begeistert.

Nach zwei anstrengenden, zugleich aber sehr interessanten Tagen an der Hochschule freuten wir uns auf einen Ausflug mit kulturellem Programm. Vor allem war es nun an der Zeit, die Weinanbaugebiete der weltberühmten Champagne zu besuchen, um bei einem Ausflug nach Epernay den Champagner zu kosten. Nach einer etwa dreißigminütigen Fahrt konnten wir die verschiedenen Weltmarken des Champagner entdecken. Beim wohl bekanntesten Hersteller, Moët & Chandon, hatten wir einen Termin für eine Besichtigung vereinbart. Nach einer kurzen Einführung zur Geschichte des Anbaus und deren Tradition begaben wir uns in den kühlen Weinkeller, in dem die edelsten Tropfen der Welt zu Millionen von Flaschen lagern. Nach einer knapp einstündigen Führung kamen wir in den Genuss einer Champagner-Probe.

Gruppenpräsentation: Jan Koutny, Jens König und Daniel Blender.

Beflügelt machten wir uns auf den Weg in das Anbaugebiet eines weiteren ruhmvollen Champagners, des Dom Perignon. In Hautvillers, einem kleinen und sehr schön gelegenen Dorf führte uns Professor Fournier, der sich als hervorragender Wein- und Champagnerkenner erwies, zu einem Champagner-Gut, wo wir einen bezahlbaren „Chateau“ als Mitbringsel und Andenken erwerben konnten. Während sich einige von uns im Anschluss daran auf den Weg nach Paris machten, nutzte der andere Teil der Gruppe die Gelegenheit, die romantische Altstadt sowie die wundervolle Kathedrale von Reims zu besichtigen.

Nach einem schönen Wochenende, das über den Ausflug hinaus noch zahlreiche weitere studentische Aktivitäten beinhaltete, begann Montag-

Gruppenfoto Reims 2005: Deutsche und französische Studenten gemeinsam mit Professor Dr. David Evans und Professor Dr. Guy Fournier.

morgens die zweite Hälfte des Cross Cultural Management Seminars, die durch einen Vorstand der Hotelkette Kempinski eröffnet wurde. Professor Dr. David Evans konnte diesen für einen interessanten Vortrag über die Herausforderungen und die täglichen Erfahrungen mit unterschiedlichsten Kulturen der renommierten Hotelkette gewinnen. Schließlich war nach weiteren Gruppenarbeiten und Präsentationen das Seminar Dienstagnachmittags für uns beendet.

Wenngleich der Aufenthalt in Reims nur eine knappe Woche dauerte, so haben wir doch sehr viele Eindrücke und hilfreiche Erfahrungen über die unterschiedlichen Kulturkreise unserer Erde gesammelt. Wir lernten die kulturellen Besonderheiten und Sichtweisen besser kennen und erlebten während eines Workshops im Rahmen eines Rollenspiels, wie für uns unbekannte kulturelle Spielregeln im ersten Moment verunsichernd wirken können. Wir konnten aus eigener Erfahrung erleben, welche kulturellen Unterschiede zwischen uns und unserem Nachbarland bestehen – Unterschiede, die überraschenderweise viel größer waren, als wir zunächst vermuteten.

Zusammenfassend war diese Woche für uns alle, sowohl aus Sicht des Studiums als auch im Hinblick auf persönliche Eindrücke, eine sehr wertvolle Erfahrung, für die wir Professor Dr. Fournier herzlich danken. Sein unermüdliches Engagement ermöglichte die Herstellung des Kontakts und die Organisation des Seminars an der Hochschule in Reims.

Wir möchten an dieser Stelle ebenfalls unserem Dekan Professor Uwe Dittmann für die Genehmigung der Veranstaltung im Rahmen unseres Studiengangs danken und können nur hoffen, dass sich dieses Angebot zu einer festen Größe im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen an der Hochschule Pforzheim etablieren wird.

Die Autoren
Boris Bickel, Daniel Fies und Marcel Schuster studieren Wirtschaftsingenieurwesen im 8. Semester.

Stefanie Schwarz: Entwicklung einer neuen Schrift.
Betreuer: Professor Michael Throm. *Foto: Harald Koch*

Strukturierung des Prozesses „Packaging Unit“

Firmenprojekt der Logistiker bei Harman/Becker in Ittersbach

von Anke Elser

Harman/Becker in Karlsbad-Ittersbach ist einer der führenden Anbieter im Bereich Navigation und Multimedia für Automobile. Die wichtigsten Entwicklungen des Unternehmens in der jüngeren Vergangenheit waren ein Lichtwellenleiter basierendes Datenübertragungssystem fürs Automobil sowie verschiedene Produkte zur Navigation. Harman/Becker fertigt für namhafte Automobilhersteller, aber auch für Endkunden Geräte in den Bereichen Car Multimedia, Car Navigation, Car Hifi, Car Entertainment und Car Accessoires.

Abbildung 1: Becker Online Pro

So werden beispielsweise im Werk Ittersbach auf fünf Produktionslinien Geräte für DaimlerChrysler hergestellt. Weitere Werke im Inland befinden sich in Schaidt/Pfalz und in Straubing/Bayern.

Unsere Aufgabe im Rahmen des Studienprojektes bei Harman/Becker bestand darin, ein Konzept für die Rückverfolgbarkeit aller Bauteile in der Produktion zu erstellen. Dieses Konzept sollte unter Einbeziehung der in den Werken Ittersbach und Schaidt bereits eingeführten Packaging Unit (PU) aufgebaut werden. Eine solche eindeutige Identifikationsnummer wird jeder Gebindeeinheit eines Bauteils zugeordnet, das später in der Produktion verwendet werden soll.

Ziel ist es, diese PU innerhalb des gesamten Produktionsprozesses in den eingesetzten Softwaresysteme „mitzunehmen“, um anschließend genau bestimmen zu können, aus welcher Gebindeeinheit die Bauteile eines fertigen Gerätes stammen. Zum Produktionsprozess müssen die Bereiche Lager – als Vorprozess – sowie die Maschinen- und Handbestückung und die Endmontage gezählt werden.

Um einen Überblick über die vorhandenen Material- und Informationsflüsse zu bekommen und um Schwachstellen aufdecken zu können, mussten zunächst die Material- und Informationsflüsse in den Werken Ittersbach, Schaidt und Straubing aufgezeichnet werden. Werksspezifische Unterschiede bei den vorhandenen Softwaresystemen mussten berücksichtigt werden. Der gesamte Produktionsprozess wird in SAP abgebildet, die verwendeten Bauteile werden am Ende der Produktionslinie durch einen Scanner erfasst und retrograd abgebucht. Hierbei entstehen – beispielsweise durch Ausschuss, der nicht erfasst wird, – Differenzen zwischen tatsächlichem und gebuchtem Verbrauch. Aus dem gesamten Bestand einer Materialnummer wird jeweils ein Bauteil abgebucht, dabei kann nicht gewährleistet werden, dass es sich um das verbaute Teil handelt. Eine Nachverfolgbarkeit ist hier also nicht gegeben. Zur Lösung dieses Problems könnte das im Werk Schaidt bereits eingesetzte Lagerverwaltungssystem ITAC beitragen. Dieses gewährleistet, dass jede einzelne PU beim Einsetzen in die Maschine gescannt wird. Jedes Bauteil kann somit genau nachverfolgt werden. Allerdings findet auch hier die Bestandsbuchung anschließend retrograd in SAP statt. Die wesentlich genaueren ITAC-Daten werden für Bestandsbuchungen nicht verwendet. Zusätzlich wird das Produktionssteuerungssystem PDES eingesetzt.

Die Abbildung – Material- und Informationsfluss im Werk Ittersbach – zeigt zunächst den Materialfluss über die Bereiche Wareneingang, Lager, Maschinenbestückung, Handbestückung, Endmontage und Versand. Zu jedem Bereich kann innerhalb unserer Ausarbeitung durch „Anklicken“ der jeweiligen Zahl eine detailliertere Darstellung geöffnet werden.

Auf Basis dieser Darstellung wurde eine Analyse der Durchgängigkeit der PU-Informationen für die jeweiligen Werke durchgeführt und eine Reihe von Schwachstellen aufgedeckt, an denen Informationen über die verbauten PUs verloren gehen. Diese wurden als Schwachstellen in der Darstellung mit einem X gekennzeichnet. Häkchen wurden gesetzt, wenn in einem Bereich keine Schwierigkeiten auftraten. So konnte auch der (PU-) Informationsfluss in die Betrachtung integriert werden. Auffällig war hierbei, dass die beobachteten Fehler vor allem an den Übergängen zwischen den verschiedenen Softwaresystemen auftraten, da die hier vorhandenen Informationen meist nicht weitergegeben wurden.

Für jede der ermittelten Schwachstellen wurden Lösungsvorschläge zu deren Beseitigung unterbreitet, die

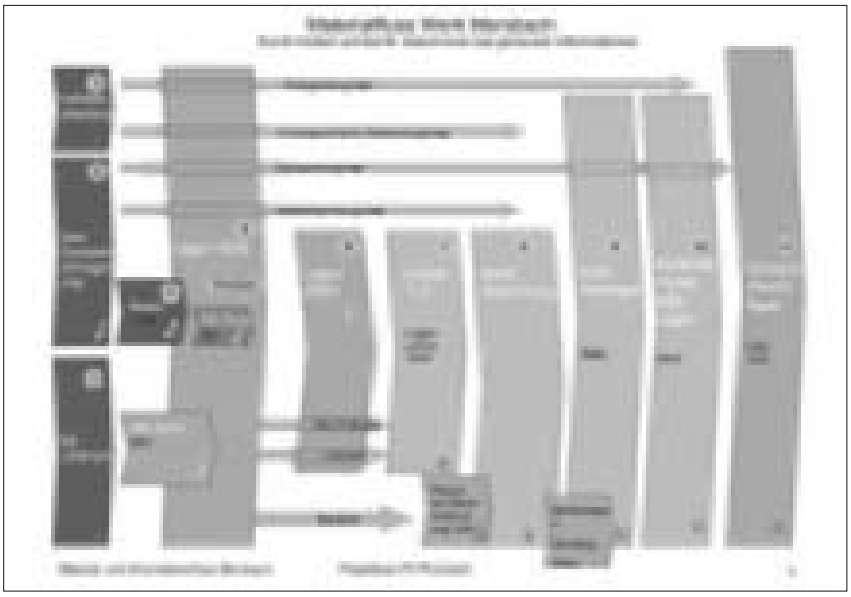


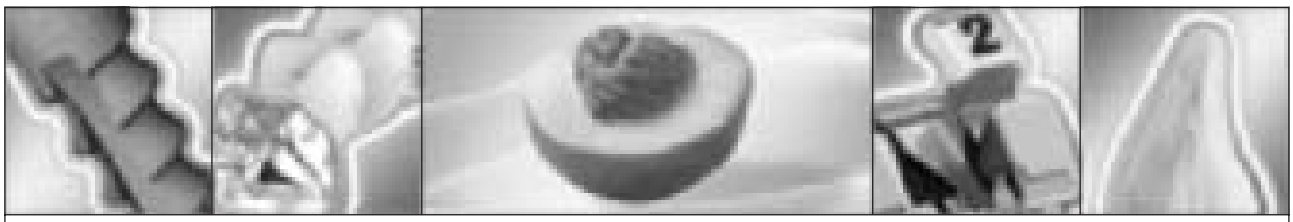
Abbildung 2: Material- und Informationsfluss Werk Ittersbach

sich zum Teil durch einfache Änderungen im Betriebsablauf, beispielsweise durch die Einführung eines Behälter-Kanbansystems in der Handbestückung oder aber durch eine Erweiterung und Verknüpfung der vorhandenen Softwaresysteme umsetzen lassen. Wichtig wäre es, alle Werke mit derselben Software auszustatten, da nur so ein einheitliches Gesamtkonzept in allen Werken verwirklicht werden kann.

Das von uns entwickelte Konzept konnten wir in einer Abschlusspräsentation bei Harman/Becker in Ittersbach vorstellten.

Die Autorin
Anke Elser studiert Betriebswirtschaft/Beschaffung und Logistik im 8. Semester.

Die Projektgruppe: Simon Schwenk, Kirsten Dingler, Melanie Hub, Anke Elser und Thorsten Burkhardt. (von links nach rechts).



Kern: Kompetenz

Dentale Technologie – von der Wurzel bis zur Krone

Mit einem außergewöhnlichen Spektrum an Dentalprodukten und Dienstleistungen hat sich DENTAURUM seit mehr als 118 Jahren weltweit einen ausgezeichneten Namen gemacht. Zusammen mit Tiolox Implants entstand ein einzigartiges Angebot von der Zahnwurzel bis zur Krone: innovative Zahnimplantate, hochwertige Gussmetalle, Einbettmassen, Dentalkeramiken oder Brackets aus fortschrittlichen Materialien. Darauf basierend können Zahnärzte und Zahntechniker den Patienten zu einem perfekten Wohlfühl-Lächeln verhelfen.

Die dentale Titantechnologie ist ein besonders anschauliches Beispiel für das effektive Networking innerhalb der DENTAURUM-Gruppe. Hierbei werden alle Synergiepotenziale, sei es in Forschung, Produktion oder Vertrieb, optimal ausgenutzt. Das ist der entscheidende Grund für die weltweit führende Position auf diesem Gebiet.

Neben innovativen Produkten und zuverlässiger Qualität sind umfassender Service und Kundenorientierung der Kern unserer Kompetenz. Zum Vorteil von Zahnarzt, Zahntechniker und Patient.

Turnstraße 31 · 75228 Ispringen · Germany · Telefon +49 72 31 / 803-0 · Fax +49 72 31 / 803-295
www.dentaurum.com · E-Mail: info@dentaurum.de

Mit einem Startkapital von 6842 Talern

Werner von Siemens: vom dynamo-elektrischen Prinzip zum eigenen Unternehmen

von Michael Felleisen

Wer hat nicht Hausgeräte der Firma Siemens im Haushalt und weiß dennoch nicht, welche Leistungen der Namensgeber vollbracht hat? Wir verdanken die Möglichkeiten der Nutzung des elektrischen Stromes, weitab von dessen Erzeugung, Werner von Siemens.

Der Erfinder, Wissenschaftler, Unternehmer und Gründer des Weltkonzerns Siemens wurde aufgrund herausragender Forschungen in der Theorie und Anwendung elektrischer Erscheinungen, insbesondere der Nachrichtentechnik (Telegraphie, Telephonie) und Starkstromtechnik (Dynamomaschine) im Jahre 1888 durch Kaiser Friedrich III. mit einem erblichen preußischen Adelstitel in den Adelsstand erhoben. Bereits 1860 wurde er zum Dr. phil. h.c. der Universität Berlin, 1873 zum ordentlichen Mitglied der Königlich Preußischen Akademie der Wissenschaften, 1877 zum Ehrenmitglied des Reichspatentamts, 1880 zum „Geheimen Regierungsrat“, 1886 zum Dr. med. h.c. der Universität Heidelberg und Ritter des Ordens „Pour le Mérite für Wissenschaften und Künste“, 1888 letztlich in den Adelsstand erhoben. Im Jahre 1916 wurde anlässlich seines 100. Geburtstages der Werner-von-Siemens-Ring gestiftet, die höchste deutsche Auszeichnung auf dem Gebiet der technischen Wissenschaften [1]. Wer war also der Mensch Werner von Siemens?

Werner Siemens wurde 1816 in Lenthe bei Hannover geboren [2]. Mit 17 Jahren verließ er das Gymnasium in Lübeck, wo ihm die Mathematik und Physik zwar Spaß, aber die alten Sprachen erhebliche Probleme bereiteten. Zunächst ging Werner Siemens zum Militär, da das Einkommen seines Vaters nicht zur Finanzierung eines technischen Studiums reichte, wo er im Magdeburger Artillerie-Regiment eine dreijährige Ausbildung an der Artillerie- und Ingenieurschule in Berlin erhielt. An dieser Schule wurden naturwissenschaftliche und technische Fächer gelehrt, unter anderem von Martin Ohm, dem Bruder von Georg Simon Ohm; dem Erfinder des „Ohm´schen Gesetzes“. Im Alter von 22 Jahren wurde er Offizier und blieb elf Jahre im Leutnantsrang. Bereits während seiner Offizierszeit nutzte er alle Möglichkeiten zur technischen und wissenschaftlichen Weiterbildung. Selbst wegen der Teilnahme an einem Duell in Festungshaft sitzend, arbeitete er an Galvanisierungsversuchen, die er wegen der vorzeitigen Begnadigung durch Friedrich Wilhelm IV. nicht beenden konnte.

Werner von Siemens

Im Vertrauen auf sein Können gründete er 1847 mit seinem Vetter Georg Siemens – Justizrat in Goslar – und dem Mechanikermeister J.G. Halske die Firma Siemens & Halske in Berlin, anfänglich zum Bau von Telegraphenleitungen.

Im Jahre 1846 hatte Werner Siemens eine Idee, wie man den Wheatstone´schen Zeigertelegraphen verbessern könnte, nachdem ihm ein Zeigertelegraphenapparat von Charles Wheatstone (1802-1875) in die Hände fiel, die zur Gründung der Telegraphenanstalt Siemens & Halske 1847 führte. Mit einfachen Mitteln konstruierte er einen Zeigertelegraphen. „Mein Telegraph gebraucht nur einen Draht, kann dabei mit Tasten wie ein Klavier gespielt werden und verbindet mit der größten Sicherheit eine solche Schnelligkeit, dass man fast so schnell telegraphieren kann, wie die Tasten nacheinander gedrückt werden. Dabei ist er lächerlich einfach und ganz unabhängig von der Stärke des Stroms“, berichtete Werner Siemens seinem Bruder Wilhelm. Die Ausführung seines Apparates überließ er dem Mechaniker Johann Georg Halske, den er aus der Physikalischen Gesellschaft kannte. Halske, 1814 geboren, hatte sich in Berlin als Feinmechaniker niedergelassen und betrieb dort die kleine Werkstatt Boetticher & Halske. Zunächst eher skeptisch gegenüber den Ideen von Werner Siemens, ließ sich Halske jedoch schnell von dem einfachen, aber zuverlässigen System begeistern. Mit größtem Eifer machte er sich an die mechanische Verbesserung des Zeigertelegraphen. Damit war der Grundstein für ein eigenes Unternehmen gelegt. „Telegraphen-Bauanstalt von Siemens & Halske“: unter diesem Namen gründeten Werner Siemens und Johann Georg Halske im Oktober 1847 in Berlin ihr Unternehmen. Das Startkapital von 6842 Talern steuerte ein wohlhabender Vetter Werners, der Justizrat Johann Georg Siemens, bei. In einem Hinterhaus der Schöneberger Straße 19 richteten Werner Siemens und Jo-

hann Georg Halske eine kleine Werkstatt ein und ließen eine Woche nach der Firmengründung die Konstruktion des Zeigertelegraphen in Preußen patentieren. Schritt für Schritt ging es mit der Fertigung der neuen Apparate voran, und zum Jahresende zählte die Telegraphen-Bauanstalt bereits zehn Mitarbeiter. Bald wandte sich die Firma auch anderen Entwicklungsaufgaben zu, so der nahtlosen Isolierung elektrischer Leiter mit Guttapercha, Eisenbahnläutewerken mit elektrischer Auslösung oder einer Wassermesserkonstruktion. Der Erfolg des jungen Unternehmens war so groß, dass Werner 1849 seinen Abschied vom Militär nahm und sich voll und ganz dem Geschäft widmete. „Dieser Erfolg (des Zeigertelegraphen) sowohl wie die wachsende Sorge für meine jüngeren Geschwister reifte in mir den Entschluss, den Militärdienst zu verlassen und mir durch die Telegraphie, deren große Bedeutung ich klar erkannte, einen neuen Lebensberuf zu bilden, der mir denn auch die Mittel liefern sollte, die übernommenen Pflichten gegen meine jüngeren Brüder zu erfüllen."

Als Pionier der Elektrotechnik, als genialer Erfinder und als visionärer Unternehmer hat Werner von Siemens in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts maßgeblich zum technischen Fortschritt beigetragen, der das Leben der Menschen nachhaltig verändern sollte. Dass man aus Zigarrenkisten, Weißblech, Eisenstückchen und etwas isoliertem Kupferdraht einen voll funktionsfähigen Zeigertelegraphen konstruieren konnte, das hatte 1846 wohl niemand gedacht. Doch Werner von Siemens gelang mit diesem einfach gebauten, aber sicher arbeitenden Apparat der große Durchbruch.

Seine Firma erfuhr einen wirtschaftlichen Aufschwung, der noch heute zu erkennen ist. 1860 wurde Werner Siemens für seine Verdienste um die Nachrichten- und Messtechnik von der Berliner Akademie zum Doctor honoris causa promoviert [2]; 1862 ließ er sich zum preußischen Landtagsabgeordneten des Wahlkreises Solingen wählen. 1866 gelang ihm nach vielen wissenschaftlichen Forschungsarbeiten die Entdeckung des dynamoelektrischen Prinzips – Selbsterregung eines Generators aus dem remanenten Magnetismus im Weicheisenkern – und Bau der ersten Dynamomaschine, die das Tor zur Starkstromtechnik öffnete und seiner Firma einen neuen, bedeutenden Tätigkeitsbereich gab; der heute noch gebräuchliche und allseits bekannte Begriff „Elektrotechnik" stammt aus seiner Feder. Aus seinen Erfahrungen heraus regte Siemens 1881 die Einrichtung von Lehrstühlen für „Elektrotechnik" an Technischen Hochschulen an. In Folge dessen förderte Siemens mit Hermann von Helmholtz (1821-1894) die Gründung der Physikalisch-Technischen Reichsanstalt (PTR). Kaiser Friedrich III. verlieh Siemens darauf hin 1888 den erblichen Adelstitel. Am 6.12.1892 starb Werner von Siemens in Berlin-Charlottenburg; alle wissenschaftlich-technischen Erfindungen fielen in seine bürgerliche Zeit. Zwei Jahre vor seinem Tod übergab er die Geschäftsleitung an Carl Heinrich und Wilhelm von Siemens. Halske verließ bereits im Jahre 1868 die Firma. 1897 wurde aus seiner Firma eine Aktiengesellschaft.

Technologische Entwicklung und politisches Umfeld

Siemens erkannte seine technische Begabung bei der Artillerie, wo ihm Konstruktionen als selbstverständlich erschienen [2]. Nachdem ihm ein Zeigertelegraphenapparat von Charles Wheatstone (1802-1875) in die Hände fiel, sah er Verbesserungsmöglichkeiten, die zur Gründung der Telegraphenanstalt Siemens & Halske 1847 führten. Beim Bau der Telegraphenapparate lernte Siemens, wie Elektromagnete und Anker gebaut werden, mit geringen elektrischen Strömen eine möglichst große magnetische Wirkung zu erzeugen. Dabei erkannte er die Eigenschaften des magnetischen Kreises, dessen magnetischen Widerstand durch geeignetes Eisenmaterial und konstruktiv durch kleine Luftspalte bei großen Querschnitten zu minimieren.

Bereits im Jahre 1857 entwickelte Siemens eine Modellmaschine, die mit Stabmagneten und Doppel-T-Anker ausgestattet war. Als Batteriestrom sparender Ruf-Induktor für seine Telegraphenleitungen geplant, enttäuschte das Ergebnis, so dass er dieses Modell unbeachtet ließ. Erst 1866 erinnerte er sich daran und ließ das Modell umbauen, indem er die Permanent- durch Elektromagnete ersetzte. Damit schuf er eine elektrische Maschine, den Elektromotor und in seiner Umkehrfunktion den Generator, die sich ohne Batterie und permanente Magnete in einer Richtung ohne Kraftaufwand und in jeder Geschwindigkeit drehen ließ, gar der entgegen gesetzte Drehsinn einen kaum zu überwindenden Widerstand darbot und dabei einen starken elektrischen Strom erzeugte; die „dynamoelektrische Maschine" war erfunden.

Bei der Entwicklung seiner Maschine scheint Siemens die Wandlung von „Kraft", d.h. mechanische in elektrische Energie verstanden zu haben, was aus seiner Namensgebung „dynamo-elektrisches Prinzip" hervorgeht. Mit dieser Erfindung war es möglich, elektrische Ströme von unbegrenzter Stärke auf einfache Weise überall dort zu erzeugen, wo sie notwendig waren und damit die menschliche Arbeitskraft durch elektrische Kraft zu unterstützen. Um den sehr hohen Hauptstrom leiten zu können, waren für die Entwicklung von Siemens wenige, aber starke Drähte erforderlich; eine von Charles Wheatstone (1802-1875) beinahe zur gleichen Zeit entwickelte „Nebenschluss"-Maschine funktionierte mit umgekehrtem Prinzip, viele Windungen aus dünnen Drähten, die in der Parallelschaltung weniger Strom verkraften mussten.

Im Jahr 1868 baute Siemens eine erste praktisch verwertbare, wassergekühlte Maschine zum Betrieb von Bogenlampen. Erst nachdem die Eisenblätterung zur Reduktion der Wirbelströme vom Belgier Gramme und die Konstruktion des Trommelankers durch F. v. Hefner-Altenbeck, einem Mitarbeiter von Siemens, erfunden

Dynamomaschine von Werner Siemens

war, wurde der Bau größerer Maschinen möglich, wodurch die Starkstromtechnik ihren Aufschwung erhielt. Mit Unterstützung des Generalpostmeisters Heinrich von Stephan (1831-1897) war Siemens an der Gründung des „Elektrotechnischen Vereins“ 1879 beteiligt, aus dem 1893 der „Verein Deutscher Elektrotechniker – VDE“ hervorging.

„Die naturwissenschaftliche Forschung bildet immer den sicheren Boden des technischen Fortschritts, und die Industrie eines Landes wird niemals eine internationale, leitende Stellung erwerben und sich erhalten können, wenn dasselbe nicht gleichzeitig an der Spitze des naturwissenschaftlichen Fortschritts steht! Dieses herbeizuführen, ist das wirksamste Mittel zur Hebung der Industrie.“

Ein gerade in heutiger Zeit beachtenswertes Zitat von Werner von Siemens, [1], das offenbar weder Schülern, Eltern noch in Entscheidungsebenen heutiger Unternehmen bekannt zu sein scheint.

Der Autor
Dr.-Ing. Michael Felleisen ist Professor im Studiengang Elektrotechnik/Informationstechnik und leitet das Labor für Automatisierungstechnik.

Dieser Beitrag ist in einer Reihe weiterer Veröffentlichungen bedeutender historischer Persönlichkeiten der Technik-Geschichte zum Jahr der Technik 2004 im public industry Verlag München erschienen. Dabei wurden Persönlichkeiten wie Nikolaus August Otto, der Erfinder des Otto-Motors, Otto von Guericke, der Entdecker des Vakuums mittels Magdeburger Halbkugel, Johannes Kepler, der auf der Grundlage der Entdeckungen von Galilei die Bewegung der Planeten mit mathematischen Formeln erstmals beschrieb und die Kepler´schen Gesetze veröffentlichte, mit der die Planetenbewegung berechnet werden kann, Georg Simon Ohm, der Erlanger Entdecker der als Grundlage der Elektrotechnik bekannten Beziehung zwischen dem Strom, der Spannung und dem elektrischen Widerstand, Thomas Alva Edison, der geniale Erfinder der Glühlampe mit weit über 1.000 weiteren Erfindungen, Heinrich Hertz, dem es an der Technischen Hochschule in Karlsruhe erstmals gelang, die von James Clerk Maxwell theoretisch aufgestellten Beziehungen zwischen dem elektrischen und magnetischen Feld in praktischen Versuchen nachzuweisen, Max Planck, einem neben Einstein bedeutendsten Physiker der Menschheitsgeschichte, der Mitbegründer der Quantentheorie, Konrad Zuse, der Erfinder der ersten heute als Personal Computer bekannten Rechenmaschine, Philipp Reis, den ersten, deutschen Erfinder des Telefons, von dem man heute annimmt, Alexander Graham Bell hätte es erfunden, Walter Nernst, der Wegbereiter der modernen thermischen Trenntechnik, der den 3. Satz der Wärmelehre prägte und letztlich der in diesem Jahr besonders geehrte Albert Einstein, der als Ulmer Junge in die Welt auszog und ihr die Relation zwischen Zeit und Raum aufzeigte und heute noch mit der einfachen Formel die Menschen beeindruckt.

Literatur

[1] Feldtkeller, E.; Goetzeler, H.: Pioniere der Wissenschaft bei Siemens. Publicis MCD Verlag, Erlangen 1994.

[2] Achilles, M.: Historische Versuche der Physik. Edition Wötzel, Frankfurt/Main 1996.

Veröffentlichungen

Bacher, U.:
Zweigstellennetze: Strukturentwicklung nicht stoppen! In: bank und markt, 12/2004, S. 24.

Bacher, U./Stahl, G.:
Neue Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft MaK – Handlungsoptionen und Implementierungschancen. Konstanz 2004.

Bangha, S./Hoffmann, U./Kesel, F./Blankenbach, K.:
Analyse und Umsetzung einer kostenoptimierten Displayansteuerung in Hard- und Software am Beispiel eines Messgerätes der Ortungstechnik. In: Electronic Displays 2004, Tagungsband, Wiesbaden September 2004 , CD 7 Seiten.

Bangha, S./Bauer, M./Steppuhn, M./Thuselt, F./Felleisen, M.:
Schöne neue Embedded Welt – Kostengünstige Kommunikation mit Sensorbaugruppen über das Internet. In: SENSOR report 4/2004, S. 19-21.

Bartholomä, R./Greiner, T./Kesel, F.:
A Scalable VLSI Architecture for M-Channel Wavelets based on Arbitrary Lifting Factorizations suitable for Real-Time Applications/GSPx. The Embedded Signal Processing Conference. Santa Clara, USA, September 2004 , in elektronischer Form veröffentlicht.

Blankenbach, K.:
Organische Leuchtdioden. In: DISPLAYS & Optoelektronik 4/2004, S. 26-30.

Blankenbach, K./Donath, A.:
Visualisation Software for Simulation of OLED Ageing. Proc. SID Mid-Europe Chapter, OLED Meeting, COVION, Frankfurt, 3/2004 , CD 15 Seiten.

Brönneke, T.:
Information. Beteiligung. Rechtsschutz. Neue Entwicklungen im Umwelt- und Verbraucherrecht. Bericht über die Tagung des Vereins für Umweltrecht (VUR) und des Zentrums für Europäische Rechtspolitik an der Universität Bremen (ZERP) vom 27. und 28. März 2003 in Bremen. In: NVwZ- Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht Band 23, Heft 6, 2004, S. 705-706.

Cleff, T.:
Innovation durch Nachfrageimpulse: Lead Markt Deutschland. In: ZEW und DIW: Innovationsbarrieren und internationale Standortmobilität, Mannheim 2004, S. 21-69.

Deichmann, M./Kahle B./Moser, K./Wacker, J./Wüst, K.:
Diagnosing melanoma patients entering American Joint Committee on Cancer (AJCC) stage IV, C-reactive protein (CRP) in serum is superior to lactate dehydrogenase (LDH). Br. J. Cancer 91/2004, pp. 699-702.

Donath, A./Blankenbach, K.:
Visualisierung der OLED-Alterung
In: ELECTRONIC DISPLAYS 2004. Tagungsband. Wiesbaden, 9/2004.

Eidel, U.:
Konzernbilanzen für die Praxis. Nach deutschem Handelsrecht und IAS/IFRS. Freiburg 2004.

Eisenmann, H./Jautz, U.:
Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (5. völlig neu bearbeitete und ergänzte Aufl). Heidelberg 2004.

Erhardt, M.:
Realisierung von Umsatzerlösen nach dem Vorbild der US-GAAP.
In: Steuern und Bilanzen (StuB) Heft 21/2004, S. 945-50.

Erhardt, M.:
Wirtschaftsprüfung kompakt.
Sternenfels 2004.

Erhardt, M./Maksimova, G.V./Netschaev, A. S.:
Die Umstellung der Rechnungslegung in Russland auf internationale Standards. In: IWB – Internationale Wirtschaftsbriefe, 21/2004, S. 1037-1040.

Felleisen, M.:
Georg Simon Ohm (1789-1854) – das Ohm´sche Gesetz als Grundlage der Elektrotechnik. In: Design & Verification – Fachzeitschrift für Elektronik-Entwicklung 04/2004, S. 72-73, sowie A&D-Newsletter – Fachzeitschrift für industrielle Automation 04/2004, S. 64-65 und in P & A-Newsletter – Fachzeitschrift für Prozesstechnik und Automation 06/2004, S. 64-65.

Felleisen, M.:
Johann Philipp Reis (1834-1874) – Verkannter Erfinder des Telefons.
In: A&D-Newsletter 10/2004, S. 74-75, und Design & Verification 11/2004, S. 84-85.

Felleisen, M.:
Leerer Raum mit großer Wirkung – Otto von Guericke (1602-1686) – der „Vater“ des Vakuums und der Elektrostatik. In: P&A-Newsletter 03/2004, S. 60-61, sowie A&D-Newsletter 03/2004, S. 72-73.

Felleisen, M.:
Max Planck (1858-1947) – Wegbereiter der Quantenmechanik. In: Design & Verification 06/07/2004, S. 52-53, sowie A & D-Newsletter, 06/2004, S. 64-65.

Felleisen, M./Thuselt, F.:
Fachwissenschaftliches Kolloquium „Angewandte Automatisierungstechnik in Lehre und Entwicklung“ mit großer Resonanz beendet. In: "atp – Automatisierungstechnische Praxis" 2004, S. 12-13.

Gammert, P./Hudak, A./Hunger, S./Blankenbach, K.:
Lowest Cost USB Display Measurement System for Multimedia Monitors. Proc. SID Mid-Europe Chapter, 10th Anniversary Meeting, University of Stuttgart, 10/2004.

Gardiner, S. C./Antonucci, Y. L./Boykin, R. /Morelli, F.:
Enterprise Systems Implementation: A Case of International Academic Collaboration. Review of Business Research, Vol. 2, No. 1, 2004, pp. 250-256.

Gildeggen, R.:
Anmerkungen zu den neueren Entwicklungen im US amerikanischen Recht des Strafschadensersatzes. In: Wagner, U./Barkovic, D. (Hrsg.): Entwicklungstendenzen und Reformzwänge in der Republik Kroatien und in der Bundesrepublik Deutschland unter dem Einfluss der europäischen Integrationsprozesse. XXV. Wissenschaftliches Symposium. Osijek 2004, S. 55-70.

Gruseck, J./Schottmüller, R.:
Der Dritte im Bunde. In: Beschaffung aktuell 12/2004, S. 38-39.

Hecker, F./Wrede, J.:
Fahrerassistenzsysteme im Nutzfahrzeug. In: ATZ-Auto-mobil-technische Zeitschrift 9/2004, S. 810-819.

Hedemann, J./Möller, A./Müller-Beilschmidt, P./Rohdemann, D./Schmidt, M./Schmitt, B.:
Integration of material flow management tools in workplace environments. In: L.M. Hilty, E. Seifert, R. Treibert (eds.): Towards Information Systems for Sustainability, London 2004, S. 47-61.

Hefuna, S.
Bamako, Fotografia africana contemporània. Katalog CCCB Museum, Barcelona 2004.
Hefuna, S.
Magazin Contrepoints, zur Ausstellung Contrepoints Louvre, Paris 2004/2005.

Hefuna, S.
Rites Sacrés Rites Profanes. Fotoausstellung. Katalog Kornhausforum, Bern 2004.

Hefuna, S.
Wiesbadener Fototage. Katalog. Wiesbaden 2004.

Joos-Sachse, T.:
Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement (3. Aufl.). Wiesbaden 2004.

Jost, N.:
Gefüge und Eigenschaften der Stähle mit besonderer Beachtung der hochfesten Baustähle. In: Tagungsband des „Technik-Forum 2003“. Beiträge der Hochschule Pforzheim Nr. 114 (2004), S. 54-77.

Kolb, M.:
Aufgaben und Organisation der Personalarbeit. In: Franke, D./Boden, M. (Hrsg.): PersonalJahrbuch 2004, Neuwied 2004, S. 103-114.

Kolb, M.:
Das personalwirtschaftliche Dienstleistungsangebot gestalten. In: Franke, D./Zicke, B./Zils, F. (Hrsg.): Geprüfter Personalfachkaufmann, 2. Aufl., Neuwied 2004, S. 49-65.

Kolb, M.:
Den Personalbereich in die Gesamtorganisation des Unternehmens einbinden. In: Franke, D./Zicke, B./Zils, F. (Hrsg.): Geprüfter Personalfachkaufmann, 2. Aufl., Neuwied 2004, S. 27-48.

Kolb, M.:
Einführung neuer Mitarbeiter – Inplacement. In: Franke, D./Boden, M. (Hrsg.): PersonalJahrbuch 2004, Neuwied 2004, S. 60-67.

Kropp, M./Gillenkirch, R. M.:
Controlling von Finanzrisiken in Industrieunternehmen. In: Zeitschrift für Controlling & Management“ (ehemals „Kostenrechnungspraxis“), 48. Jg. Sonderheft 3/2004, S. 86-96.

Kropp, M.:
IFRIC Draft Interpretation D5 – Zur Erstanwendung von IAS 29 Financial Reporting in Hyperinflationary Economies. In: Die Wirtschaftsprüfung, 57. Jg. (2004), Heft 10, S. 518-522.

Lässig, B./Rall, F., Schmidt, M./Schottler, M.:
Decision making in the installation of environment protection equipment in Semiconductor Manufacturing. In: Reichl, H./Griese, H-J./Pötter, H. (Ed.): Electronics Goes Green 2004. Stuttgart 2004, S. 809-814.

Loschek, I.:
Das Band in der Mode: an Kleid und Hose. In: Schaltenbrand Felber, T. (Hrsg.): Modeband. Seidenbänder aus Basel. Basel 2004, S. 11-35.

Loschek, I.:
Fashion of the 20th Century. In: Steele, Valerie. Encyclopedia of Clothing and Fashion. (Charles Scribner's Sons). Detroit: 2004. pp. 348-353.

Loschek, I.:
Schwarz in Europa (jap. yoroppa-ni-okeru-kuro). Unter: Fukushoku-kennkyu-no-tame-no-jirei-houkoku-dai-hachi-kai iro-no shosou (Berichte über Kostümforschung Reihe 8/Bedeutung der Farben). In: Fukusho-kushi-Fukushokubigakubukai Kaihou (Abteilungsrundbrief Kostümgeschichte und Aesthetik der Kostüme) No. 24/2004, S.3.

Loschek, I.:
The Construction of Women's Emancipation and the Role of Fashion in the 1920s in Germany. In: International Costume Society Japan. Tokyo, Publication 2004, pp. 4-9 (English), 10-13 (Japanese).

Loschek, I.:
Von Avantgarde bis Klassik. Was die Entwürfe von Newcomern und Global Playern so anziehend macht. In: Deutschland. Forum für Politik, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft. 1/2004, S. 40-48.

Maurer, R.:
Zwischen Erkenntnisinteresse und Handlungsbedarf – Eine Einführung in die methodologischen Probleme der Wirtschaftswissenschaft. Marburg 2004.

Meyer, C.:
Gesetzgebung: Bilanzrechtsreformgesetz (BilReG) und Bilanzkontrollgesetz (BilKoG) im parlamentarischen Beschlussverfahren. In: DStR 2004, Heft 45, S. XIV.

Meyer, C.:
Rechnungslegung: Regierungsentwürfe zu Bilanzrechtsreformgesetz (BilReG) und Bilanzkontrollgesetz (BilKoG) – erste Lesung im Bundestag. In: DStR 2004, Heft 28, S. XX.

Mohr, F.:
Fasern und Sensorik. In: Litfin, G. (Hrsg.): Technische Optik in der Praxis. 3. Aufl., Berlin, Heidelberg 2004.

Mohr, F.:
Optical interferometry – a measurement concept for highest-resolution determination of physical quantities in science and industry. Proceedings ITSS 2004 Editors Zb. Raida et al., Brno/Czech Republic, Brno Univ. of Technology/Dept. Radio Electronics, 2004, pp. 301–316.

Mohr, F./Cermák, K.:
Adaptive spatial filter for velocity measurement devices based on the spatial filter method. Proceed. ODIMAP IV, Oulu/Finland 2004, pp. 274-279.

Mohr, F./Cermák, K.:
Classification and optimisation of velocity measurement devices based on spatial filtering. Symposium On Measurement and Quality Control in Production. Proceedings ISMQ '04, Erlangen 2004, S. 669-675.

Mohr, F./Cermák, K./Proke_, A.:
Influence of surface structure properties on the accuracy of the spatial filtering based velocity measurement. Proceedings ITSS 2004. Brno/Czech Republic, BUT-Dept. Radio Electronics, 2004, pp. 396–400.

Mohr, F./Schadt, F.:
Bias error in fiber gyroscopes due to elastooptic interactions in the sensor fiber. Proceedings EWOFS'04, Santander/Spanien, SPIE Vol. 5502, 2004, pp. 410-413.

Morelli, F./Mekyska, A./Mühlberger, S.:
Produkt- und prozessorientiertes Controlling als Instrument für erfolgreiches Informationstechnologie-Management. Beiträge der Fachhochschule Pforzheim. Nr. 116. Dezember 2004.

Paul, J.:
Der späte Sieg der Planwirtschaft. Wie man mit falsch eingesetzten Kennzahlensystemen, Balanced Scorecards und „leistungsorientierter" Entlohnung ein Unternehmen ruinieren kann. In: Internationale Treuhand AG (Hrsg.): Information. Oktober 2004, Heft 116, S. 29-45.

Paul, J.:
Wenn Kennzahlen schaden. In: Harvard Business Manager, 26. Jg., 06/2004, S. 108-111.

Pflaum, D.:
Corporate Social Responsibility. In: Wagner, U./Barkovic, D. (Hrsg.): Entwicklungstendenzen und Reformzwänge in der Republik Kroatien und in der Bundesrepublik Deutschland unter dem Einfluss der europäischen Integrationsprozesse. XXV. Wissenschaftliches Symposium. Osijek 2004, S. 83-94.

Pförtsch, W./Micheva, E.:
„Ingredient Branding" für Automobilzulieferer. In: Marketing Management Bulgaria 7, 2004, S. 19-23.

Pförtsch, W./Oppinger, A.:
Das Wissen des Kunden nutzen – der Kunde will einbezogen werden. In: aquisa 4/2004, S. 24-26.

Pförtsch, W./Schmid, M.:
B2B-MARKENMANAGEMENT. Konzepte – Methoden – Fallstudien. München 2004.

Pocock, P. in Brouwer, J./Mulder, A. (eds.):
Feelings are Always Local. Katalog. (Nai/V2) Rotterdam, 2004.

Quittnat, J.:
Europäisches Recht und Gewissenskonflikte des Arbeitnehmers. In: Wagner, U./Barkovic, D. (Hrsg.): Entwicklungstendenzen und Reformzwänge in der Republik Kroatien und in der Bundesrepublik Deutschland unter dem Einfluss der europäischen Integrationsprozesse. XXV. Wissenschaftliches Symposium. Osijek 2004, S. 25-42.

Schmidt, M.:
Die strategische Lücke im Umweltmanagement? In: Institut der Deutschen Wirtschaft (Hrsg.): Betriebliche Instrumente für nachhaltiges Wirtschaften. Köln 2004, S. 175-183.

Schmidt, M.:
Energie- und Stoffstrommanagement. Ein positives Fazit für die Unternehmen und für die Umwelt. Herausgegeben von der Landesanstalt Baden-Württemberg. Reihe „Industrie und Gewerbe“ Bd. 11, Karlsruhe 2004.

Schmidtmeier, S.:
Die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers. In: Fachhochschule Pforzheim/Ekonomski fakultet u Osijeku (Hrsg.): XXIV. Wissenschaftliches Symposium Management dezentraler Systeme in Staat und Wirtschaft vom 15.-19. Oktober 2003 in Pforzheim, 2004, S. 23-42.

Schneider, F./Volkert, J.:
No Chance for Incentive-oriented Environmental Policies in Representative Democracies? A Public Choice Analysis. In: Stavins, R. N., Kennedy School of Government and Director, Environmental Economics Program, Harvard University (Editor): The Political Economy of Environmental Regulation. The International Library of Critical Writings in Economics series, edited by Mark Blaug, Volume 180, (Edward Elgar Publishing), Cheltenham U.K. 2004.

Schwaab, M.-O.:
Qualitätssicherung: Herausforderung Trainerauswahl. In: Personalmagazin 5/2004, S. 64-67.

Schwaab, M.-O.:
Variable Vergütungssysteme – einige Anmerkungen. In: Beck, A. (Hrsg.), Personalmanagement 2004: Fachtagung, Ostfildern 2004, S. 363-367.

Schwaab, M.-O./Burkart, B.:
Best-Practise-Personalbindungsstrategien in Dienstleistungsunternehmen. In: Bröckermann, R. & Pepels, W. (Hrsg.): Personalbindung. Berlin 2004, S. 319–415.

Theobald, E.:
Im Fokus: Existenzgründerinnen und Unternehmensnachfolgerinnen bei NewCome.de. In: AKTIV-Frauen in Baden-Württemberg 23/2004, S. 8.

Theobald, E.:
Online-Marketing für mittelständische Tourismus-Anbieter. In: Tourismus – erfolgreich im Internet. Tipps und Tricks für den Mittelstand, in der Reihe ebigo.de compact, S. 3-6.

Theobald, E.:
Online-Marketing im Tourismus. In: Informationen für die Wirtschaft 10/2004/S. 20-21.

Thesmann, S./Frick, M., Dominik, K.:
E-Learning an der Hochschule Pforzheim. In: Beiträge der Hochschule Pforzheim Nr. 117. Pforzheim 2004.

Thuselt, F.:
Physik der Halbleiterbauelemente – Einführendes Lehrbuch für Ingenieure und Physiker. Heidelberg 2005.

Tropp, J.:
Markenmanagement ist auch Konfliktmanagement. In: Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA (Hrsg.): GWA-Jahrbuch 2005. Frankfurt 2004, S.16-21.

Tropp, J.: Markenmanagement. Der Brand Management Navigator – Markenführung im Kommunikationszeitalter. Wiesbaden 2004.

Tropp, J./Schmalz, S.:
Der Wert der Kreativität.
http://www.wertvolle-kommunikation.net/content/know-how-box/040615-wert-kreativitaet.html (10.09.2004).

Volkert, J.:
Reichtumsberichterstattung – konzeptionelle und methodische Überlegungen aus der Perspektive von Amartya Sens Konzept der Verwirklichungschancen („capabilities“). In: Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (Hrsg.): Reichtum und Eliten – Haushaltsproduktion und Armutsprävention, 2. wissenschaftliches Kolloquium am 8. und 9. Oktober 2003, Köln, Berlin 2004, S. 12-32.

Volkert, J./u.a.:
Operationalisierung der Armuts- und Reichtumsmessung. Schlussbericht. Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (Hrsg.). Berlin/Bonn, 2004.

Wagner, U./Barkovic, D. (Hrsg.):
Entwicklungstendenzen und Reformzwänge in der Republik Kroatien und in der Bundesrepublik Deutschland unter dem Einfluss der europäischen Integrationsprozesse. XXV. Wissenschaftliches Symposium. Osijek 2004.

Wehner, C.:
Die Zeitsparer: Eine Zielgruppe wird besichtigt. In: GfK-Nürnberg, Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung e.V. (Hrsg.): Der Verbraucher im Zeitstress: Bremse oder Motor des Konsums? Nürnberg: 2004.

Wentzel, D.:
The European Legislation on the New Media: An Appropriate Framework for the New Economy? Beiträge der Hochschule Pforzheim Nr. 115. Pforzheim, Nov. 2004.

Wentzel, D.:
Perspektives and Challenges of EU-Integration: Towards a Free Trade Area in Europe. In: Wagner, U./Barkovic, D. (Hrsg.): Entwicklungstendenzen und Reformzwänge in der Republik Kroatien und in der Bundesrepublik Deutschland unter dem Einfluss der europäischen Integrationsprozesse. XXV. Wissenschaftliches Symposium. Osijek 2004, S. 119-132.

Wentzel, D.:
Economic Institutions and Complexity, Structures, Interactions an Emergent Properties. Anmerkungen zu dem gleichnamigen Buch von Karl-Ernst Schenk. In: ORDO, Band 55, S. 376-380.

Wienert, H.:
Nachfrage, Löhne, Preise und Beschäftigung – Eine empirische Analyse gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge in Deutschland. Beiträge der Hochschule Pforzheim Nr. 113. Pforzheim, August 2004.

Wienert, H.:
Der Blick über den Tellerrand – Zur Konzeption und Realisation des STUDIUM GENERALE an der Hochschule Pforzheim. In: Die neue Hochschule, Heft 3/2004, S. 46-48.

Wüst, K./Kieser M.:
Including long- and short-term data in blinded sample size recalculation for binary endpoints. In: Computational Statistics and Data Analysis 48/2004, pp. 835-855.

Dem Traumwagen näher gekommen

Exkursion des Studiengangs Maschinenbau nach Dresden

von Daniel Feucht und Steffen Bauer

Am Montag, 25. April, trafen sich 34 Studenten des Studiengangs Maschinenbau unter Leitung von Professor Jürgen Wrede. Der Tross setzte sich um 7 Uhr Richtung Dresden in Bewegung und erreichte nach 6 Stunden Fahrt, durch ein deftiges „Weißwürschtel-Frühstück“ gestärkt, das erste Etappenziel, das Porsche-Werk in Leipzig.

Beim Eintreffen fiel uns gleich das pompöse Empfangsgebäude ins Auge, welches die Form eines Diamanten besitzt und sich direkt zwischen Produktionshalle und Teststrecke befindet. Dort wurden wir von zwei netten Damen begrüßt, die uns durchs Werk begleiteten und eine wirklich sehr gute Führung boten. Im Diamanten, in welchem sich auch ein kleines Museum befindet, starteten wir unseren Rundgang. Hier präsentierten sich uns Meilensteine der Porsche-Geschichte im Pkw- sowie im Rennsportbereich. Man hatte auch Zeit, seinem potentiellen Traumwagen selbst etwas näher zu kommen, denn alle aktuellen Serienfahrzeuge konnten “Probe gesessen“ werden.

Anschließend ging es in die Produktion, in welcher der Cayenne (150 pro Tag) und der Supersportwagen Carrera GT (3 pro Tag) gefertigt werden. Leichte Ernüchterung machte sich breit, als wir erfuhren, welche Produktionsschritte noch in Deutschland stattfinden. Für die Fabrik wurde ein eigener Anschluss ans Netz der Deutschen Bahn gebaut. Die komplett vormontierte Karosserie aus dem VW Werk in Bratislava wird „Just-in-Sequence“ in den Materialfluss der Produktion eingesteuert. Aufgabe der Montage ist nur noch die Verbindung zwischen Antriebsstrang und Fahrwerk, die so genannte “Verlobung“, bevor es zwischen Bodengruppe und Karosserie zur “Hochzeit“ kommt. Porsche “Made in Germany“ ... Natürlich hatten wir auch die Chance, den Fertigungsablauf des in Handarbeit gefertigten Carrera GT zu betrachten. Ein kleines “Schmankerl“ war es dann, ihn auf der Teststrecke fahren zu sehen, was bei einigen zu leichten Ausfällen in der Beherrschung führte. Nach dieser interessanten Besichtigung ging es weiter in unsere Unterkunft nach Possendorf nahe Dresden. Nach dem Abendessen zog es den einen oder anderen bzw. alle ins Dresdner Nachtleben.

Der Dienstag begann früh um acht, mit der Abfahrt zur Gläsernen Manufaktur in Dresden, in welcher der VW Phaeton montiert wird. Auch dieses Gebäude beeindruckte durch seine spektakuläre Architektur. Die Führung, die uns dort erwartete, zeigte uns, wie wichtig der repräsentative Auftritt eines Automobilkonzerns heute ist. Denn äußerst selten dürfte man Produktionen in der Automobilindustrie vorfinden, in denen die Endmontage auf einem Parkettboden stattfindet. In diesen Bereich durften wir leider auch nicht eintreten. So blieb uns nur der Blick durch die Scheibe. Jedoch bietet die Manufaktur interessante Zusätze wie z.B. einen Simulator, einen Informationsraum, der technische Hintergründe erklärt und vieles mehr.

Im Anschluss an die Führung stand der Nachmittag für eine Stadtbesichtigung zur freien Verfügung. Dies nutzten alle Beteiligten für einen Rundgang durch die Altstadt. Die Semperoper, Frauenkirche, Zwinger und katholische Kathedrale sind nur einige der Sehenswürdigkeiten, die man dort besichtigen kann. Kaum vorstellbar, wie schön Dresden vor den enormen Verlusten durch den Bombenhagel im Zweiten Weltkrieg gewesen sein muss. Manch einer nutzte noch die Möglichkeit einer beschaulichen Schifffahrt auf der Elbe bis zum berühmten „Blauen Wunder“, einer Stahlbrücke.

Am Abend wurde der lange Tag noch mit einer Kneipentour durch die Neustadt abgeschlossen. Großen Anklang fand dabei die Brauerei Watzke, die mit unschlagbaren Bier-Maß-Preisen den Zuspruch der durstigen Gruppe fand.

Mit leichten Erscheinungen von Müdigkeit nahmen wir am Mittwochmorgen unser Frühstück ein, um anschließend ins Besucherbergwerk Zinnwald im Erzgebirge zu fahren. Eine interessante Erfahrung für alle groß gewachsenen Menschen, denn selbst unser Bergwerksführer mit einer Größe von unschlagbaren 1,53m musste sich an einigen Stellen des Stollens ducken. Nachdem wir also in den Berg „eingefahren“ waren (Bergmannssprache für „in den Berg hineinlaufen“), wurde uns sehr deutlich, unter welchen harten Bedingungen die Bergleute damals gearbeitet haben, um das Erz zu fördern. Nicht nur die enorme Kälte, sondern vor allem die Gefahr eines Lösens von ganzen Gesteinsplatten war ständig gegeben. Etwas nass und zum Teil durchgefroren fuhren wir wieder in Richtung “Heimat“.

Am Nachmittag folgte ein Termin im DEKRA Ausbildungszentrum in Kreischa, in welchem wir jedoch etwas zu spät ankamen. Grund dafür war nach langer Fahrt eine kleine Rast bei Mc Donalds. Hier mussten sich die Mitarbeiter unter Beweis stellen und 35 ausgehungerten Studenten gleichzeitig ein Mahl zubereiten.

Im Ausbildungszentrum erwartete uns ein Vortrag über die Strukturen der DEKRA und über die Möglichkeiten eines Berufseinstiegs. Bevor wir das reichhaltige Buffet genießen konnten, bekamen wir noch einen kurzen Einblick in einen typischen Prüfablauf eines LKW. Der Abend stand wieder zur freien Verfügung.

Tags darauf machten wir uns auf Schusters Rappen und hatten Dank des von Professor Wrede bestellten Sonnenscheins die Möglichkeit einer 2 stündigen Wanderung durch das Elbsandsteingebirge in der Sächsischen Schweiz. Im kleiner Ort Rathen ging es dann steil bergauf zur 200 m über der Elbe gelegenen Bastei, welche inmitten von bizarren Felsformationen im 30-jährigen Krieg zur Verteidigung genutzt wurde.

Von dort per Bus zurück zum Gasthof, jedoch nicht ohne einen Abstecher über die nahe gelegene tschechische Grenze. Auf der Fahrt Richtung Teplice hatten wir die Möglichkeit, günstig einzukaufen. Kurz entschlossen machten wir Halt an einem Hotel, in welchem wir hungrig ein Abendessen zu uns nahmen. Die Rückfahrt nach Dresden wurde Dank der deutsch-tschechischen Grenzbe-

amten um über eine Stunde verlängert, so dass wir erst spät in Possendorf ankamen.

Am letzten Tag führte uns der Weg nach Klettwitz in der Lausitz in Brandenburg. Dort waren wir wiederum bei der DEKRA eingeladen, die uns dort ihr Technology Center vorstellte. Der Leiter des Technologiezentrums, Dipl.-Ing. Wolfgang Löschner, und der Leiter der Qualitätssicherung der DEKRA Automotive GmbH, Dipl.-Ing. Peter Herget, führten uns durch die verschiedenen Bereiche und zeigten uns das Aufgabenspektrum, welches von Abnahmeprüfungen für Tuner über Festigkeitsprüfungen von Anhängerdeichseln bis hin zur Homogolation kompletter Fahrzeuge reicht. Unserem Busfahrer wurde danach noch die Ehre zuteil, seinen Bus auf das Testgelände und das Hochgeschwindigkeitsoval mit überhöhten Kurven zu lenken. Hier war jedoch nicht die Geschwindigkeit, sondern die Neigung des Busses entscheidend für manch blass werdendes Gesicht.

Ohne Zeit zu verlieren machten wir uns nach dem Mittagessen auf in Richtung Lichterfeld, um die dortige Förderbrücke F 60 zu besichtigen. Diese Förderbrücke wurde zum Abbau von Braunkohle in der Lausitz genutzt und nach der Stilllegung der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Schon von weitem beeindruckte der gigantische Aufbau, der sich über eine Länge von über 500 m erstreckt. Aber auch an kleinen Dingen, wie einer zu groß geratenen Mutter mit innen liegendem Laufrad, erfreuten sich manche in ihrem Spieltrieb. Völlig erschöpft traten wir um 16 Uhr unseren Heimweg an, um dann nach 6 Stunden wieder das Tor zum Schwarzwald zu erreichen.

Die Autoren
Daniel Feucht und Steffen Bauer studieren Maschinenbau.

Traumauto – nicht nur für Maschinenbauer.

Eine interessante Woche in Krakau

Exkursion des Studiengangs Steuer- und Revisionswesen nach Polen

von Daniel Jankovic, Denis Etzel und Tony Polakel

Am Montagmorgen kurz vor 9 fanden sich etwa 35 reiselustige Studenten des Studiengangs Steuer- und Revisionswesen in Begleitung von Professor Dr. Martin Erhardt am Stuttgarter Flughafen ein. Exkursionsziel war Krakau, die – so berichtete man uns – inoffizielle Hauptstadt Polens. Die Zeit bis zum Abheben in die Lüfte vertrieben sich die meisten Studenten mit einem Kaffee und einer Kleinigkeit zu essen, andere waren ganz mit sich selbst beschäftigt und trugen einen inneren Konflikt mit sich und ihrer Flugangst aus.

Nach einem reibungslosen Flug mit Germanwings landeten wir um 11.30 Uhr in Krakau, und eigentlich stand nun der Erweiterung unseres studentischen Wissenshorizonts nichts mehr im Wege. Einem hochgeschätzten indischen Kommilitonen erschloss sich Krakau allerdings erst nach zähen Verhandlungen mit der Dame am Check-In für Nicht-EU-Bürger. Nachdem sich unser Freund sprichwörtlich bis auf die Unterhosen hatte ausziehen müssen, also quasi sein komplettes Leben aufgerollt wurde und er versicherte: „I will go back – for sure!“, konnte auch für ihn eine ereignisreiche Woche beginnen. Am Flughafen wurden wir schon freudig von Professor Dr. Thomas Stobbe erwartet, welcher mit einer kleinen Gruppe von sechs unerschrockenen Studenten bereits drei Tage zuvor in Krakau eingetroffen war. Der Transfer zum Hotel wurde durch eine Armada polnischer Taxifahrer bewerkstelligt, und ängstliche Studenten sahen sich mit der Frage konfrontiert: „Warum fährt mein Koffer ohne mich?“

Gegen Mittag kamen wir dann am Hotel Rezydent an, das uns mit seiner sehr zentralen Lage angenehm überraschte. Das Hotel befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Marktplatz, dem Herzen von Krakau – seines Zeichens größter Marktplatz des Mittelalters. Leider konnten nicht alle Zimmer sofort bezogen werden, so dass 20 männliche Kommilitonen gezwungen waren, sich in zwei kleinen Zimmern in ihre Anzüge zu werfen. Es galt für den Nachmittag und den Besuch bei Ernst & Young passend gekleidet zu sein.

Drei Studenten prüfen die Kondomherstellung bei Unimill.

Eine äußerst gut aussehende Ansammlung Pforzheimer Studenten machte sich gegen 13 Uhr auf zu einer ersten zweistündigen Sightseeing Tour durch Krakau. Unser engagierter Stadtführer Tomasz entschloss sich, mit uns zunächst das alte jüdische Stadtviertel Kazimierz mit der “Stara Synagoga“ (alte Synagoge) aus dem 14. Jh. zu besichtigen. Ebenfalls Bestandteil dieser ersten Tour durch Krakau war der Schindlers-Liste-Filmschauplatz des ehemaligen jüdischen Press- und Emailwerks, das von Oskar Schindler aufgekauft und zum letzten Hoffnungsschimmer für hunderte von Juden und polnischen Arbeitern wurde.

Beim anschließenden Besuch bei Ernst & Young erfuhren wir etwas über das polnische Steuersystem. Themen waren dabei die günstige Corporate Tax von 19%, die Besteuerung der natürlichen Personen sowie verschiedene Besonderheiten des polnischen Steuerrechts, bei denen schnell klar wurde, dass auch dort der „Teufel im Detail“ steckt.

Zum gemeinsamen Abendessen traf sich die versammelte Mannschaft im CK Dezerter, und unser verwöhnter Gaumen schloss zum ersten Mal in dieser Woche Bekanntschaft mit traditioneller polnischer Küche, welche sehr zu empfehlen ist. Der erste Abend sowie der frühe Morgen des darauf folgenden Dienstags fanden im Carpe Diem II, welches sinnvoller Weise in Carpe noctem umbenannt werden sollte, mit ausreichend Tatanka und Piwo ihren Ausklang.

Der Dienstag begann dann auch für viele gänzlich ohne Tiefschlafphase und mit reichlich Aspirin zum schwedischen Frühstück. Erster Programmpunkt des Tages war die Besichtigung des Wawel Schlosses. Der Wawel war seit dem 11. Jh. Sitz der polnischen Könige, welche in der benachbarten Kathedrale – einem nationalen Heiligtum – in Sarkophagen beigesetzt sind. Die Kathedrale vereint Stilelemente von Gotik, Renaissance und Barock. Sehr sehenswert sind die Arazzi, riesige flämische Gobelins aus dem 16. Jh. Ein weiteres Highlight dieses Morgens war der Aufstieg zum Sigismundturm – einer der drei Kirchtürme der Kathedrale. Hier ist die berühmte "Zygmunt" zu besichtigen, die größte Kirchenglocke Polens. Berührt man diese der Legende nach mit der linken Hand, so hat dies ein von Liebe erfülltes Leben zur Folge. Eine Berührung mit der rechten Hand steht für ein Leben ohne finanzielle Sorgen. Beides zugleich ist leider nicht möglich. Im Ge-

gensatz zur italienischen Rentnertruppe vor uns entschied sich die große Mehrheit der Studenten für die romantischere Alternative, die Glocke zu berühren.

Zweiter Programmpunkt des Tages war der Besuch bei PricewaterhouseCoopers. Hauptbestandteile des Vortrages waren Fakten über die polnische Wirtschaft nach dem EU-Beitritt. Ausführlich und verständlich wurden uns die Rahmenbedingungen für deutsche und internationale Investoren (Standortvorteile, Investitionsförderung) dargelegt. Ein Überblick über „Polish – GAAP“ und deren Unterschiede zu dem deutschen HGB sowie Informationen zum Einstieg bei PricewaterhouseCoopers rundeten das gute Programm ab.

Der dritte Tag begann mit einem Besuch der Cracow University of Economics, welche 21.000 Studenten beherbergt. Nach einer Campusführung durften wir einem Vortrag deutscher und polnischer Studenten beiwohnen und erfuhren etwas über das Leben und Studieren in Krakau. Anschließend ließ es sich der Rektor der Universität nicht nehmen, ein paar nette Worte an uns zu richten.

Daraufhin wurden per Losentscheid zwei Gruppen gebildet. Für 15 glückliche Studenten der ersten Gruppe ging es mit Taxis zu Unimil S.A., Krakau – einem Lizenznehmer der Condomi AG. Unimil ist Marktführer in Polen und produziert alle Sorten, Größen und Geschmacksrichtungen an Präservativen. Allerdings werden keine dunklen Farbtöne produziert, da bei diesen ein ungewollter optischer Verkleinerungseffekt eintritt. Interessant waren Informationen über das Fassungsvermögen eines solchen Gebildes aus Latex versetzt mit Ammoniak: Sage und schreibe 36 Liter. Auch die elektronische Ultraschallüberprüfung jedes einzelnen Kondoms beruhigt dann doch. Schnell noch den Lebensvorrat dieser Dinger an Hand von Gratisverhüterlis gesichert und ab in die Taxis.

Die zweite Gruppe besuchte die Zentrale von Comarch, im neuen Technologiegebiet von Krakau. Comarch ist ein weltweit agierendes, an der Warschauer Börse notiertes Unternehmen im Bereich Softwaredienstleistung und Systemintegration. Uns erwartete ein unkonventioneller Vortrag über das Unternehmen Comarch und dessen noch junge aber erfolgreiche Geschichte. Für viele Studenten die erste Berührung mit einem New Economy Unternehmen und dessen gelebter Unternehmenskultur, wie sie in dieser Form in Deutschland nicht mehr vorzufinden ist.

Ein Großteil der männlichen Studenten traf sich zum Abendessen im Roosters, dem polnischen Pendant zu Worldwide Hooters. Vor allem die sehr “schönen Augen“ der polnischen Bedienungen haben viele Kommilitonen in äußerste Verzückung versetzt.

Der Donnerstag begann etwas früher als die Tage zuvor. Wir fanden uns bereits um 8 Uhr im Bus Richtung Bielsko-Biala wieder, wo eine Besichtigung des Fiat Auto Poland Werks auf der Tagesordnung stand. Die Busfahrt bot allen reichlich Zeit für eine Mütze Schlaf. Im Fiat Werk in

Die Exkursionsteilnehmer des Studiengangs BW/Steuer- und Revisionswesen nach der Besichtigung der Produktion von FIAT Polen.

„Geld oder Liebe“ an der Glocke im Turm des Königsschlosses Wawel.

Bielsko-Biala werden unter anderem der Fiat Panda und der Fiat Seicento produziert. Wir hatten Gelegenheit, die Karosserieschweißerei, die Lackiererei und die Endmontage unter fachmännischer Führung zu begutachten.

Nach einer kurzen Mittagspause fuhren wir in Richtung O_wi_cim (Auschwitz), um das Konzentrationslager Auschwitz I (Stammlager) und das Vernichtungslager Auschwitz II Birkenau zu besichtigen. Jeder ging hier ein wenig in sich und lauschte im Zuge der betont sachlich gehaltenen, aber dennoch emotional ergreifenden Führung den Worten des polnischen Geschichtsgelehrten.

Am Abend galt es, die „Versorgungskette“ am Leben zu erhalten. Nach Besuchen in diversen Clubs fanden wir uns schlußendlich im Frantic wieder, und der Abend lief unter dem Motto: „Nein, heute gehen wir nicht nach Hause!“ Als es dann aber hieß: „Ladies and Gentlemen we are closing“, war es an der Zeit aufzubrechen. Manche verabschiedeten sich in sehr stilvoller Weise mit dem Badnerlandlied, geträllert in den Gassen vor unserem Hotel, vom Krakauer Nachtleben.

Am Freitagmorgen waren die meisten im Zuge des chronischen Schlafmangels dann doch etwas angeschlagen. Nachdem alles Gepäck in den Koffern verstaut war, stand der Transfer zum Flughafen an. Nach einer langen Eincheckprozedur wurden über den Wolken Präsente an unsere beiden Professoren übergeben, bei denen wir uns noch einmal in aller Form für die tolle Woche in Krakau bedanken möchten.

Die Autoren
Daniel Jankovic, Denis Etzel und Tony Polakel studieren Betriebswirtschaft/Steuer- und Revisionswesen.

Nicht immer „just in time“

Exkursion des Studiengangs Beschaffung und Logistik ins Fränkische

von Daniela Höll

Früher als jemals zuvor, genau genommen schon Anfang des Jahres ist es endlich amtlich: Der Studiengang Beschaffung und Logistik geht wieder auf Exkursion. „Let`s go, Bayern“ der Anfeuerungsruf des bekannten Münchner Fussballclubs wird zum richtungweisenden Motto der diesjährigen Tour. Innerhalb von Stunden sind alle Plätze ausgebucht und die Warteliste wächst. Schlussendlich starten am 25. April 37 Studierende aus allen Semestern des Hauptstudiums mit ihren Professoren Uli Helwing, Klaus Möller und Reinhard Schottmüller mehr oder weniger pünktlich ihre Reise in Richtung Franken. Für die folgenden Tage sollte nicht nur ein freundlicher Busfahrer, sondern auch Dauerregen (beides traditionell) unser ständiger Begleiter sein.

Unsere erste Station führt uns zur Würth Industrie Service GmbH & Co. KG nach Bad Mergentheim. Auf einem ehemaligen Kasernengelände werden wir von Daniel Schmidt, einem Absolventen unseres Studiengangs, mit heißem Kaffee und kühlen Getränken empfangen. Frisch gestärkt versorgt uns Kommilitone Schmidt mit den wichtigsten Fakten über die Würth-Gruppe. Neben Umsatz- und Mitarbeiterzahlen erfahren wir näheres über die Aktivitäten während des Firmenjubiläums anlässlich des 60 jährigen Bestehens des Unternehmens.

Ausreichend mit Würth-Regenschirmen bewaffnet, machen wir uns auf den Weg zur Werksführung. In einem Ausstellungsraum erhalten wir zunächst Einblicke in das weit reichende Produktspektrum von Würth. Sehr bald müssen wir feststellen, dass Schraube nicht gleich Schraube ist und es sich nicht immer um klassische Cent-Artikel handeln muss, sondern dass Schrauben auch 30-40 kg schwer und dann auch ganz schön teuer sein können. Im Anschluss daran besichtigen wir das Herzstück des Unternehmensstandortes, das Distributionszentrum. Vor uns türmt sich nach Schmidts Aussage Europas höchstes vollautomatisches Hochregallager auf. Es umfasst 13.000 Stellplätze, und automatische Regalbediengeräte mit einer Hubhöhe von 40 Metern lagern die Paletten ein und aus. Das Lager weist derzeit einen Füllgrad von 80-90% auf, der Ausbau auf 35.000 Stellplätze ist bereits geplant.

Bei unserem weiteren Rundgang durch die Kommissionierbereiche erklärt uns unser Führer, dass jeder Mitarbeiter aus der Verwaltung, inklusive des Geschäftsführers, jeden Monat eine bestimmte Stundenanzahl in den Kommissionierzonen arbeiten muss. Sichtlich beeindruckt von der Menge an bunten Kanban-Behältern, die auf Förderbändern an uns vorbei rattern, machen wir uns schließlich auf den Weg zur Kantine. Nach einem köstlichen Mittagessen werden die letzten Fragen aus dem Weg geräumt und bevor der Bus sich in Richtung Bamberg in Bewegung setzt, kann noch der unternehmenseigene Bunker in einem Verwaltungsgebäude besichtigt werden, der an die militärische Vorgeschichte der Gebäude erinnert.

Gegen 17.00 Uhr erreichen wir nach einer kleinen unfreiwilligen Stadtrundfahrt unser Domizil für die nächsten drei Nächte. Unser Hotel, die „Alte Post“, liegt in einer Seitenstrasse nicht weit vom Herzen Bambergs entfernt. Nach Aufteilung und Bezug unserer Zimmer beginnen wir mit Schirmen bewaffnet unsere Erkundungstour. Quer durch die Altstadt vorbei an historischen Gebäuden, über steinerne Brücken führt uns unser Weg durch die Gassen der Altstadt zum Dom. Dort angekommen, müssen wir leider feststellen, dass wir nicht „Just in Time“ und bereits fünf Minuten zuvor die Türen geschlossen worden waren. Aber wie in Franken nicht anders zu erwarten, finden wir ein anderes Kirchlein und auf dem Michaelsberg sogar ein Kloster.

Abends trifft sich die gesamte Gruppe zum Abendessen und zum Testen des ersten fränkischen Biers in dieser Woche in der Brauerei „Spezial“. Die Spezialität des Hauses, ein dunkles Rauchbier, ist nicht gleich jedermanns Sache. Nach einem Schwätzchen mit den Professoren macht man sich auf, um das Bamberger Nachtleben auszutesten.

Die Augenringe und das kleine Nickerchen am Dienstag Morgen im Bus lassen die Vermutung aufkommen, dass der ein oder andere nicht besonders viel Schlaf in der vergangenen Nacht abbekommen hat. Gegen 9.30 Uhr kommen wir in Kemnath bei Siemens Medical an. Hier erwartet uns ein straffer Terminplan mit vielen interessanten Vorträgen und

Unsere Professoren Uli Helwing und Dr. Klaus Möller bei der Würth Industrie Service GmbH & Co. KG.

Führungen. Herr Koch stellt uns das Unternehmen und dessen Produkte, unter anderem Computertomographen, vor. Am Standort Kemnath arbeiten 1.000 Mitarbeiter, dann erfahren wir, was es mit diesem Produktionsstandort auf sich hat. Nach umsatzschwachen Jahren sollte der Unternehmensbereich Medical verkauft werden. Dies hätte die Schließung des Standortes nach sich gezogen. Um dies zu verhindern, wurden 1998 grundlegende Umstrukturierungsmaßnahmen durchgeführt. Das gesamte Unternehmen wurde umgekrempelt, teilweise wurden Mitarbeiter mit neuen Aufgaben betraut und neue Logistikkonzepte eingeführt. Aufgrund dieser Maßnahmen ist der Standort heute wieder wettbewerbsfähig. Auf unserem Rundgang durch die Produktionshallen können wir life die umgesetzten Logistikkonzeptionen betrachten, ein Beispiel ist SETRIX, ein kameragesteuertes Kanban-System. Ein weiterer Erfolgsfaktor war die Ansiedelung des Logistikdienstleisters Hegele direkt neben dem Werksgelände.

Nach einem anstrengenden, aber interessanten Tag erreichen wir am frühen Abend Bamberg, wo uns auch schon der nächste Termin erwartet. Eine Führung durch die Brauerei Fässla. Der kleine Familienbetrieb produziert hauptsächlich für seine Gaststätte, verkauft aber auch an die im Umkreis von 20 km liegenden Supermärkte sein Bier. Der Abend klingt bei einem gemütlichen Bier und mit einem Ausflug in den „Hörsaal“, einem Club in der Altstadt, aus.

Am Mittwoch fahren wir nach Coburg zur Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG. Herr Oettinger begrüßt uns in einem Gebäude, das nur aus Glas zu bestehen scheint. In einer Präsentation stellt er uns das Familienunternehmen vor. Die Produktpalette des Automobilzulieferers erstreckt sich über vier Bereiche – Fensterheber, Türsysteme, Schließsysteme und Sitzverstellungen. Die Probeanläufe neuer Serienteile und die Einstellung der Maschinen erfolgt im Werk in Coburg. Nach Anlauf der Serie werden die Teile oft in Niedriglohnländern produziert. Nach einer Werksführung, während der sich zeitweise endlich die Sonne zeigt, testen wir die Kantine; das firmeneigene Fitnesscenter, das die Mitarbeiter während ihrer Anwesenheitszeit nutzen können, dürfen wir leider nicht ausprobieren.

Am frühen Nachmittag besuchen wir die Veste von Coburg. In einer 15 minütigen Regenpause erklimmen wir die alten Mauern und lassen unseren Blick über die sich vor uns ausbreitende Landschaft schweifen. Die nahenden Regenwolken zwingen uns zur Rückkehr in den Bus und somit hat sich der Stadtbummel in Coburg für dieses Mal auch erledigt. Dafür erreichen wir Bamberg rechtzeitig, um den Dom zu besichtigen und einen Capuccino in der Fußgängerzone zu genießen. Den Abschluss unseres Aufenthalts begießen wir in der uns inzwischen vertrauten Brauerei „Spezial“, und ein Teil der Studenten testet ein letztes Mal die Clubszene von Bamberg.

Am Donnerstag steht die Heimfahrt auf dem Programm. Unser letzter Unternehmensbesuch führt uns zuvor aber noch nach Wackersdorf.

Exkursionsteilnehmer bei der Brose Fahrzeugteile GmbH & Co KG.

Das Kart-Team vor dem Start.

Die Firma Modine ist Spezialist für Wärmesysteme. Das Unternehmen fertigt auf dem Gelände, auf dem vor Jahren eine Wiederaufbereitungsanlage entstehen sollte, hauptsächlich Kühler für BMW. Diese werden Just-In-Sequence (JIS), also Einbaureihenfolgen genau nach München, Regensburg und Leipzig geliefert. Im Anschluss an die Firmenpräsentation führen uns Herr Gottswinter und seine Kollegin durch die Produktion, die ihresgleichen sucht. Die Besonderheit an diesem Werk ist, dass in der Planungsphase zuerst die Materialflüsse und dann erst die Fabrikhalle geplant wurden. Nach dieser interessanten, aber auch nicht ganz ungefährlichen Führung (man beachte als Fußgänger in jedem Falle die Gabelstaplerfahrer, die mit hohen Geschwindigkeiten die Transportaufgaben erledigen) verabschieden wir uns. Gegenüber dem Werk wartet in einem Bistro bereits unser Mittagessen. Kein normales Bistro, und natürlich auch kein Zufall, denn zum Anwesen gehört auch noch Deutschlands größte Kartbahn. Und so liefern sich 12 Studenten, 1 Professor und 1 Busfahrer auch prompt ein heißes Verdauungs-Rennen. Manch einer befürchtete nach dem souveränen Sieg unseres Busfahrers eine rasante Heimfahrt. Diese verläuft aber vollkommen entspannt, und so erreichen wir wohlbehalten gegen 19.00 Uhr wieder die Hochschule in Pforzheim.

Nach Meinung aller Beteiligten war die Exkursion 2005 eine sehr gelungene Veranstaltung, obwohl die meisten froh darüber waren, nach vier erlebnisreichen, informativen und bierhaltigen Tagen in Franken wieder in ihrem eigenen Bett zu schlafen.

Die Autorin
Daniela Höll studiert im 8. Semester Betriebswirtschaft/Beschaffung und Logistik.

Beim „Heurigen“, auf Sissis Spuren und im Burgtheater

GfK e.V. sponserte die gelungene Marktforschungsexkursion nach Wien

von Tatjana Seeger und Dorothea Reichert

„Wien, Wien…

…nur Du allein, sollst stets die Stadt meiner Träume sein“. Das Wiener Lied besingt eine Tatsache, denn Wien ist wirklich schön. Man kennt den Wiener Walzer, die Wiener Philharmoniker, den Wiener Stephansdom und das Wiener Schnitzel. Aber Wien hat weit mehr zu bieten als das: Kunst, Kultur und die Stadt selbst als Gesamtkunstwerk – eine Mischung aus Tradition und Moderne.

Und von alldem wollten sich auch 33 Pforzheimer Marktforscher aus dem 5.-9. Semester beeindrucken lassen.

Es war nicht einfach, einen Platz für die von Frau Wehner organisierte Exkursion zu ergattern. Denn die ist so beliebt, dass sie sich kein Student entgehen lässt, im Gegenteil, einige waren sogar schon zum zweiten Mal dabei.

Ein Teil der Pforzheimer Marktforscher und Frau Wehner trafen sich am 23. April, einem Samstag, am Stuttgarter Flughafen vor dem Check-in von Germanwings. Eine kleine Zahl Studentinnen reiste am Samstag mit dem Zug an. Die letzten Studenten und Frau Naderer kamen sonntags dazu, und endlich war die Gruppe komplett.

Untergebracht waren wir in einem moosfarbigen Jugendgästehaus (wie der Wiener so schön sagt) am Friedrich-Engels-Platz. Der GfK e.V. sponserte uns die komplette Übernachtung und eine Stadtführung „Verliebt in Wien“; an dieser Stelle ein großes Dankeschön nach Nürnberg.

Nach nervenaufreibenden Stunden der Zimmereinteilung, die sich im Laufe des ersten Tages noch mehrmals änderte, hatte jeder sein Bett. Zusammenfassend kann man sagen, dass die Wiener den Deutschen in puncto Korrektheit in nichts nachstehen. Es muss ja schließlich alles seine Ordnung haben.

Am Sonntag um 15 Uhr traf sich die komplette Gruppe vor dem Stephansdom. Manche sahen vom Abend vorher etwas mitgenommen aus, andere waren leicht lädiert von ihrer Reise auf Sissis Spuren in Wien.

Die Chefin der Agentur „Verliebt in Wien“, die entzückende Margarete Kirschner, führte uns mit viel Wiener „Schmäh“ (wie der Wiener so schön sagt) durch die Gassen und die historischen Innenhöfe. Dabei bekamen wir einige interessante Insiderinformationen über Wien. Denn wer kennt schon das „schönste Klo der Welt“? – wir zum Beispiel. Abends wurde dann natürlich noch das Wiener Nachtleben erkundet.

Montags morgens ging es zu unserer ersten Firmenpräsentation bei Ogilvy, einer der größten Werbeagenturen Europas. Die Präsentation war sehr interessant. Unter anderen gab uns Herr Sattler einen Einblick, wie Ogilvy mit der Frage Kundenbindungsmessung und Kundenzufriedenheitsmessung umgeht. Hier kam es zum ersten Mal vor, dass man uns den Unterschied von quantitativer und qualitativer Marktforschung erklären wollte. Das sollte nicht der letzte Versuch gewesen sein. Sehr lustig war, dass uns einige Werbespots vorgespielt wurden. Die sind sowohl im TV als auch im Radio gewagter und witziger als in Deutschland. Vor allem die Radiowerbung brachte uns an

„Verliebt in Wien“: Vor der Kulisse der berühmten Wiener Hofburg. *Alle Fotos: Martin Wössner*

mehreren Stellen herzhaft zum Lachen.

Nach einer leider nicht vorhandenen Mittagspause mussten wir auch schon weiter zum ORF. Zum Glück hatte Ogilvy in einem Gemeinschaftsraum einen Automaten stehen, der frisch belegte Brote zum Kauf anbot. Nachdem wir diesen Raum beim Gehen passiert hatten, mussten sich die Mitarbeiter von Ogilvy wahrscheinlich eine andere Mittagessenalternativen suchen. Aber wir zogen erstmal gestärkt weiter zum ORF.

Das Gelände ist beeindruckend groß. So groß, dass man sich selbst nach monatelangem Praktikum verlaufen würde. Wir bekamen erst einmal eine Führung durch die Studios mit Erklärung verschiedener Tricks und Vorgehensweisen, die bei der TV-Produktion angewandt werden.

Dann ging es in einen etwas beengten Raum, in dem das Unternehmen und verschiedene Bereiche der Marktforschung bei ORF vorgestellt wurde. Es gibt zum Beispiel die Reichweitenmessung, die seit 1991 von Fessel-GfK durchgeführt wird. Es handelt sich dabei um ein TV-Panel mit 1500 Haushalten (3639 Personen). Gemessen wird mit einer Box, die mit dem Fernseher verbunden ist. Der Benutzer im Haushalt, der gerade Fern sieht, meldet sich unter seinem Namen an und dann geht es los. Jegliches Zappen von Kanal zu Kanal wird registriert.

Zusätzlich wird seit 1996 die Reichweite der Internetnutzung gemessen. Bei der Messung der Fernsehnutzung ergibt sich das interessante Ergebnis, dass täglich in Deutschland im Schnitt 217 Minuten ferngesehen wird, was 6 Minuten über dem Tagesdurchschnitt der USA liegt. In Österreich sind es durchschnittlich nur 161 Minuten pro Tag. Das ist damit zu erklären, dass es in Österreich nicht so viele Privatsender gibt und auch kein 24h Fernsehprogramm wie in Deutschland. Der absolute Spitzenreiter in Punkto TV-Nutzung ist übrigens Griechenland (und das nicht nur zu EM-Zeiten). Die Griechen sind aber damit zu entschuldigen, wie viele andere Südländer auch, dass der Fernseher oft als Radioersatz eingeschaltet wird. Er läuft nebenbei, ohne dass wirklich etwas angeschaut wird. (Zitat von Professor Dr. Rudolf Bretschneider von Fessel-GfK, der am nächsten Tag sagte: „In Griechenland sieht man bis spät in die Nacht im Olivenbaum einen Fernseher stehen, der allenfalls die Zikaden erfreut“). Die Ad-Hoc-Forschung führt regelmäßig Studien durch wie zum Beispiel das Monitoring für Sendungschecks und Konzepttests.

Sechs Abende sind (zu) knapp, um die Vielfalt des Wiener Nachtlebens zu „explorieren“. Marktforscher versuchen es immerhin.

Gegen Ende der Präsentation beim ORF warteten wir mit knurrendem Magen und durstiger Kehle auf den Augenblick, in dem wir in den Bus 11A steigen konnten, der uns in Richtung Heuriger „Mayer am Pfarrplatz“ fahren würde. Dort hatten wir um 19 Uhr einen Tisch für unsere gesamte Gruppe – mit leckerem Buffet und verlockendem Wein in den Farben weiß und rot – reserviert.

Es war ein durch und durch gelungener Abend. Es wurde gelacht, zu original Wiener Walzer und Schrammelmusik geschunkelt sowie ausgelassen getanzt, mit bestem Beispiel voran unsere beiden Professorinnen. Die Sperrstunde der Heurigen ist in der Regel 23 Uhr, eigentlich sinnvoll, denn danach fahren fast keine Busse mehr. Wegen der Spendierfreudigkeit von Frau Naderer und Frau Wehner konnten wir uns erst gegen 24 Uhr von dem guten Wein und der guten Stimmung loseisen. Leider war das aber zu spät, um den Bus 11A zurück zum Jugendgästehaus zu nehmen. Sehr viele von uns tätigten eine sinnvolle Investition und dachten „das geht si´ eh´ aus“ (wie der Wiener so schön sagt) mit dem Taxi zurück ins Jugendgästehaus zu fahren. So war es auch; es lohnte sich (zu Deutsch). Denn nach einigen Gläsern Wein braucht man für die Strecke zu Fuß schon etwas länger. Endlich kamen die letzten dann auch singend und gut gelaunt in dem Jugendgästehaus an.

Morgens um 3 Uhr dachten dann Frau Naderer und Frau Wehner, dass es doch eine nette Idee wäre, ihren beiden Kollegen Schäfer und Cleff jeweils eine Postkarte zu schreiben. Da wir ein Studiengang der Tat sind und Teamarbeit in der Marktforschung sowieso das A und O ist, haben wir das auch gleich erledigt. An Herrn Cleff wurde folgende Nachricht übermittelt: „Brauchen dringende Hilfe bezüglich 3D-Charts und Abgrenzung Reliabilität und Validität, ansonsten: „smoking in the rain“ (mit Unterschriften der Verfasser).

Kreativitätstechniken statt Power-Point-Präsentationen: viel Spaß beim Qualitativen Workshop.

Am nächsten Morgen saßen natürlich alle geschniegelt und gebügelt, mit mehr oder weniger Knitterfalten im Gesicht am Frühstückstisch und waren bereit für den anstehenden Tag.

Es stand eine Präsentation bei Fessel-GfK und der Bank Austria auf dem Programm. Die Tochter der GfK Deutschland überzeugte nicht nur mit einer großartigen Präsentation, sondern auch mit einem aufwändigen Buffet, das eigens für uns geordert worden war.

Fessel-GfK in Wien wurde 1950 gegründet und bietet seitdem den Kunden als Fullserviceinstitut Leistungen in den Bereichen Media und Ad Hoc Forschung, Customer und Retail Research, Consumer Tracking, Panels und Health Care. Kunden, die vom Institut betreut werden, kommen aus den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft, wie der charismatische Professor Dr. Bretschneider erklärte. Der Vorstand der Fessel-GfK präsentierte Forschung aus Zentral- und Osteuropa, wo das Institut in der Ukraine, in Slowenien, Kroatien, Serbien, Polen, Tschechei und Slowakei usw. aktiv wird und spannende Szenarien nach dem Fall des eisernen Vorhangs beleuchtet. In diesen Ländern wird natürlich mit Muttersprachlern zusammen gearbeitet, um in möglichst wenig Übersetzungsfallen zu tappen. Bisher mit großem Erfolg.

Online Forschung stellt ebenso wie die klassische einen Teil des Leistungsspektrums von Fessel dar. Der Pool der Österreicher, die befragt werden, ist repräsentativ für die Online-Population, die über 50% der Bevölkerung umfasst. Das relativ junge Medium erfreut sich immer höherer Beliebtheit, wie hauseigene Studien belegen. Sogar Qualitative Forschung wird im Internet umgesetzt. Neben Focus- und Kreativgruppen werden Usability Tests zur Optimierung von Websides angeboten, wie Konsulent Dr. Peter Diem erläuterte.

Nach den abwechslungsreichen Darstellungen durften sich die Teilnehmer der Exkursion, wie bereits erwähnt, über das außergewöhnliche Buffet hermachen. Ein Raunen ging durch die Menge, als wir Sushi und Schnittchen mit Kaviar entdeckten. Den perfekten Abschluss der Mittagspause bildeten österreichische Gebäckspezialitäten. Danach ging es wieder in den Präsentationsraum von Fessel-GfK, wo bereits Bank Austria-Referent, Magister Wolfgang Rüdiger, mit einem spannenden Vortrag über die Umsetzung der Sinus-Milieus im Bankensektor fesselte.

Abends wurde bei einigen unserer Gruppe Kultur im Burgtheater mit Thomas Bernhards „Macht der Gewohnheit“ groß geschrieben. Wie Professor Bretschneider uns schon vormittags gewarnt hatte, trifft der berühmte Österreicher nicht den Geschmack aller. Die fachkundigen Meinungen nach der Inszenierung reichten von Begeisterung über Verwirrung bis zu absolutem Unverständnis. Eine andere Gruppe hatte mehr Spaß in der Herberge, wo man eine eigene Inszenierung probte, oder wenigstens die Maske.

Der letzte Tag der Unternehmensbesuche startete bei dem kleinen, aber feinen qualitativen Institut Sensor, das mit Sinus Sociovision zusammen die Milieus in Österreich umgesetzt hat. Die Geschäftsführerin, Frau Magister Daniela Heininger und eine junge Kollegin, Frau Magister Doris Hutter, hatten ein besonderes Programm vorbereitet: Es sollten verschiedene Kreativitätstechniken, die auch in Gruppendiskussionen angewandt werden, selbst ausprobiert werden. Natürlich machten wir uns sofort ans Werk, schließlich ging es darum, die inneren Bilder, die man von Coke & Co. hat, zu ergründen. Erreicht wurde das durch Erstellen von Collagen (schnipsle Bilder zu einem Gesamtkunstwerk zusammen), Identitätspyramdien (gib dem Produkt einen Charakter) und Kampagnenentwicklung (und gib Dich als Texter aus). Das personifizierte Bild, das Cola light hervorrief, war besonders prägnant. Charakterlich ziemlich schwach auf der Brust, wurde sie als Anfang 20jährige, oberflächliche Blondine dargestellt, deren Hobbys Aussehen, Schönheit und Lästern sind. Auffallend war, dass niemand mehr aus unserer Gruppe für den Rest der Exkursion Cola Light in der Öffentlichkeit getrunken hat.

Nach dieser sehr sympathischen Präsentation des kleinen Instituts im attraktiven und lebendigen 6. Bezirk nahe der Wiener Innenstadt brachen wir zu AC Nielsen auf. Leider waren die ersten der Exkursionsteilnehmer schon wieder auf dem Weg nach

good old Germany, um Refill vorzubereiten.

Frau Magister Irene Salzmann, Manager Corporate Communications, beleuchtete in einem interessanten Vortrag die Seite der quantitativen Marktforschung am Beispiel des Handelspanels. AC Nielsen liefert essentielle Daten zum Handel in Österreich und beantwortet Fragen zu Trends in der Entwicklung von Warengruppen. Des Weiteren können das Potential eines Produkts und die Wettbewerbssituation ausgelotet werden.

Nach diesem abschließenden Vortrag blieben die meisten von uns direkt in der Stadt, um noch ein bisschen Donaumetropolenluft zu schnuppern und sich abends zum letzten Mal ins Nachtleben zu stürzen. Für manche endete dieser Abend sogar erst am nächsten Morgen, fünf Minuten vor Frühstücksbuffetende. Wien scheint wohl ein Abend- und Morgenstunden füllendes Programm zu bieten.

Am Donnerstag gab es kein offizielles Programm mehr, während des Tages reisten nach und nach fast alle Studenten ab. Trotzdem blieb für manche noch ein paar Stunden Zeit, allerdings „ging es sich für viele nicht aus“, eines der zahlreichen Schlösser zu besichtigen. Was sich immer „ausgeht“, ist einfach in einem Kaffeehaus zu sitzen, sich ein Stück Sachertorte schmecken zu lassen und einen großen Braunen zu trinken, was nichts anderes ist als ein Kaffee. Wenn man den Kaffee lieber mit Milch genießt, sollte man allerdings eine Wiener Melange trinken. Wer den Kaffee eher im verdünnten Stil mag, sollte sich einen Verlängerten bestellen, der aber wirklich „schiach“ (wie der Wiener so schön sagt) schmeckt.

Am Ende des Tages machten sich auch die letzten per Flieger auf den Weg nach Deutschland. Bleibt nichts anders als zu sagen: Tolle Exkursion, noch einmal vielen herzlichen Dank für das große Engagement, die gute Organisation und den lustigen Abend beim Heurigen an Frau Wehner und Frau Naderer.

Die Autorinnen
Tatjana Seeger und Dorothea Reichert studieren Betriebswirtschaft/Markt- und Kommunikationsforschung.

Auftakt zu interessanten Firmenbesuchen bei der Werbeagentur Ogilvy.

Detaillierte Einblicke in die PR-Evaluation

Exkursion des Studiengangs Marketing: drei Firmenbesuche in Berlin

von Paul G. Maciejewski

Das Unternehmen AUSSCHNITT MEDIENBEOBACHTUNG gehört zu den Pionieren der Medienanalyse in Deutschland. Medienbeobachtungen werden im nationalen und internationalen Bereich durchgeführt. Rund 250 Mitarbeiter bearbeiten jährlich Aufträge für ca. 3.500 Kunden. Die Ergebnisse der Analysen werden über verschiedene Lieferformen den Kunden zur Verfügung gestellt: Standard per Post, Vorablieferung per mail, Express-Service ab 7.30 Uhr, digitaler Pressespiegel.

Nach einer Begrüßung durch die Geschäftsleitung erhielten wir die Möglichkeit, einen sehr detaillierten Einblick in die einzelnen Prozessschritte einer Medienanalyse sowohl im Print- als auch elektronischen Bereich zu gewinnen. Vielen Dank nach Berlin für die ausführliche Führung durch das Unternehmen!

Die Leiterin der Abteilung Medienanalyse stellte uns in einem Vortrag relevante Fragestellungen einer PR-Evaluation vor. Das Unternehmen versteht unter PR-Evaluation eine systematische Erhebung und nicht ein „Bauchgefühl". Der Nutzen einer PR-Evaluation liegt u.a. in folgenden Bereichen:

- Schaffung einer Grundlage bei der Konzeptionsentwicklung und Kampagnenvorbereitung
- Findung verlässlicher Größen zur Planung und Kontrolle von Kommunikationsprogrammen.

Anschließend wurden wir mit Tools der internen Kommunikation vertraut gemacht. Bei der Entstehung einer Mitarbeiterzeitschrift wird in folgenden Schritten vorgegangen:

- Umfrage bei Testgruppen
- Pretest einer Null-Nummer
- Feedback-Kontrolle (u.a. Leserbriefe)
- Analyse der Druckauflage.

Bei der Planung und Durchführung von Mitarbeiter-Feierlichkeiten wendet das Unternehmen nachfolgende Stufen an:

- Erfassung der Zu- und Absagen
- Beobachtung der Verweildauer
- Zufriedenheitsbefragung nach der Feier
- Manöverkritik (z.B. Stellungnahme anderer Abteilungen, Feedback).

Im Rahmen einer Messung der Mitarbeiter-Zufriedenheit werden als Instrumente eingesetzt:

- Kummerkasten (z.B. Messung der „ internen Kündigung")
- Produktivitätszahlen
- Krankmeldungen.

Bei einer Pressekonferenz achtet man auf:

- Zu-/Absagen
- Teilnehmerzahlen
- Anwesenheit von Journalisten der key-Medien.

Im Rahmen einer Medien-Evaluation stellt sich die Frage, warum Clippings benötigt werden:

- Zur Chancen-/Krisenbeobachtung: Frühwarnsystem
- Pressespiegel: Information der Entscheidungsträger
- Medien-Resonanz-Analyse: kontinuierliche oder fallweise Positionierung
- Erfolgskontrolle/Erfolgsnachweis
- SWOT-Analyse
- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen.

Bei der Medien-Resonanz-Analyse wird in folgenden Schritten vorgegangen:

- Definition von Zielen/Fragestellungen
- Festlegung des Medienpanels
- MRA im Baukastenprinzip (Standardmodule individuell kombinierbar)
- Festlegung der Kennzahl
- Codebuch: enthält die Analyse-Features und Ausprägungen.

Als Projektleiter fungiert ein verantwortlicher Ansprechpartner.

Das Briefing läuft folgendermassen ab:

- wer?: Zielgruppen-Definition
- was?: Botschaften-Definition
- wann?: Zeitpunkt der Medienbeobachtung
- wie und wo ?: Welche Medien in welchen Regionen
- Benchmark ja/nein ?
- Mengen: Erwartung hinsichtlich Output
- Ergebnispräsentation.

Der MRA-Baukasten besteht aus den Komponenten:

- Stärken und Verteilung der Medienpräsenz
- Themen-/Trend-Analyse (Entstehung und Entwicklung von Issues)
- Image-Analyse
- Input-Output-Analyse: Erfolg der PR-Aktionen.

In einer konkreten Fallstudie wurden wir unter anderem mit einem Zitatranking konfrontiert.

Weitere Stationen der Berlin-Exkursion waren die Vertriebsorganisation Deutschland der DaimlerChrysler AG sowie die Niederlassung Berlin der Mercedes Benz AG.

Der Autor
Paul G. Maciejewski ist seit 1986 Professor für neue Informationstechnologien an der Hochschule Pforzheim.

Carolin Mayer & Matthias Schmitt: Individual Movement. Diplomarbeit.
Betreuer: Professor Jürgen Goos und Professor Lutz Fügener. *Foto: Harald Koch*

Abenteuer auf der grünen Insel

Exkursion der Informatiker nach Irland

von Stefanie Mauthe, Steffen Armingeon und Werner Burkard

Am 7. Mai starteten 22 Studierende und Begleiter der Studiengänge Wirtschaftsinformatik und MIS in das Abenteuer Irland-Exkursion. Geflogen wurde mit Ryanair, dem bekannten Anbieter von Billigflügen. Treffpunkt war der Flugplatz Frankfurt-Hahn. Hier starteten wir um 10.55 bei englischem Regenwetter nach Irland. Zielflughafen in Irland war Kerry-Airport, den wir um 1.00 pm (12.00 Uhr MEZ) bei Sonnenschein erreichten.

Nachdem wir unser Gepäck erhalten hatten, gingen wir auf den Parkplatz, um unsere Kontaktperson Bernie zu treffen. Bernie hatten wir über ein Internet-Forum kennen gelernt. Wir waren also unheimlich gespannt, die Person kennen zu lernen, die uns bei der Organisation der Exkursion so viel geholfen hatte: angefangen bei der Planung des Reiseziels, der Besorgung eines Busunternehmens und der Unterbringung bei den Host-Families bis hin zur Konkretisierung der Firmenbesuche. Bernie war eine sehr nette irische Lady, die uns in den kommenden Tagen noch sehr ans Herz wachsen sollte.

Unser erstes Ziel war der Killarney Nationalpark. Er umfasst Gebirge, Parklandschaft, Waldgebiete, Flüsse und Moorgegenden. Die Tier- und Pflanzenwelt des Gebiets ist aufgrund der geologischen Beschaffenheit und des nahen Golfstroms sehr vielfältig und außergewöhnlich mediterran. Danach ging es mit dem Bus weiter zur nächsten Attraktion, dem Torc Waterfall, welcher einer der schönsten Wasserfälle Irlands ist. Wir wanderten über einen Fußpfad, der sich neben dem Wasserfall schlängelt, hinauf und genossen währenddessen die außergewöhnliche Aussicht. Unser nächstes Ziel war nun das Gap of Dunloe, eine ca. 10 km lange Schlucht, eingebettet in die grandiose Bergwelt der Macgillycuddy Reeks und Purple Mountains. Mehrere Wasserfälle und mit Seerosen bewachsene Teiche säumten den Weg.

Anschließend erkundeten wir noch die Stadt Killarney, bevor wir uns in Kilfinane zum ersten Mal mit unseren Gastfamilien trafen, auf die wir schon alle sehr gespannt waren. Um 19 Uhr war es dann endlich soweit. Wir wurden unseren Gastfamilien zugeteilt und fuhren mit ihnen nach Hause, wo das Abendessen auf uns wartete.

Schon beim ersten Abendessen wurde uns die Angst vor der berühmt berüchtigten englischen Küche genommen. Wir mussten feststellen, dass die irische Küche nicht mit der englischen zu vergleichen ist. Iren sind gute Köche, sie essen sehr gerne Kartoffeln, die schon immer ein Grundnahrungsmittel auf der Insel waren. Als vor langer Zeit eine Kartoffelfäule zu einer großen Hungersnot führte, wanderten mehr als zwei Millionen Iren nach Amerika aus, um dem Hungertod zu entgehen. Überhaupt ist es eine Beleidigung, die irische Küche mit der englischen zu vergleichen, was gleichermaßen für die irische Braukultur gilt, welche wir in den nächsten Tagen auch noch mehrfach genießen sollten. Insgesamt waren alle sehr erfreut über die Fürsorge der Gastfamilien, die sich große Mühe gaben, damit wir uns bei Ihnen wohl fühlten. Da wir über mehrere Dörfer verteilt waren, (kein Scherz: in Irland kann eine Stadt schon aus fünf oder weniger Häusern bestehen) wurden wir des öfteren von unseren Gastfamilien abends zu einem Treffpunkt gefahren und wieder abgeholt, ohne dass dies ein Problem für diese netten Iren darstellte. Viele von unseren Gastfamilien hatten eine eigene Landwirtschaft, so dass einige sich auch in der Freizeit das Leben auf einem Bauernhof anschauen konnten.

An unserem zweiten Tag war unser erstes Reiseziel die Hauptstadt von Kerry, Tralee. Dort angekommen, besuchten wir das örtliche Kerry County Museum mit dem Themenpark „Kerry The Kindom“. Das Museum ist in zwei Teile untergliedert. Der

Bild 1: Die Reisegruppe

erste Teil besteht aus einer audio-visuellen Vorführung durch die wunderschöne Landschaft und durch die Geschichte Kerrys von der Steinzeit bis heute. Der zweite Teil "The Geraldine Experience" führt mit Hilfe von Gerüchen und Soundeffekten durch eine Nachbildung der mittelalterlichen Straßen von Tralee.

Danach fuhren wir weiter nach Dingle Island, welche etwa 50 Kilometer westlich von Tralee ins Meer hinausragt. Dingle ist die westlichste Stadt Europas und das Zentrum der Dingle Halbinsel. Zirka 1500 Einwohner leben hier. Das beliebte Besucherziel hat sich, trotz modernen Fortschritts, die Atmosphäre des Fischerdorfs von anno dazumal bewahrt.

Am Sonntag war unser erstes Ziel das Bunratty Castle und der dazu gehörige Folk Park. Bunratty wurde komplett restauriert und im Stil der damaligen Zeit mit Gemälden, Wandteppichen und Möbeln dieser Epoche eingerichtet, hauptsächlich mit Stücken aus dem 15. und 16. Jahrhundert. Unser Aufenthalt begann mit einer interessanten Burgführung. Anschließend besichtigten wir den zugehörigen Bunratty Folk Park. Dieser ist eine lebensnahe Rekonstruktion der Häuser und Landschaften Irlands im 19 Jahrhundert. Ländliche Bauernhöfe, Dorfläden und Straßen und das Bunratty House (Herrenhaus) mit seinen Landschaftsgärten wurden der Periode entsprechend nachempfunden und ausgestattet.

Als nächstes standen die Cliffs of Moher auf dem Plan. Diese befinden sich in der Grafschaft Clare, angrenzend an das Burrengebiet. Die Klippen erstrecken sich über acht Kilometer und ragen an ihrem höchsten Punkt 230 Meter über dem Meeresspiegel auf. Von den Klippen hat man einen fantastischen Blick über den Atlantik, welcher weder durch Zäune noch durch sonstige Absperrungen getrübt wurde. Die Cliffs of Moher sind mit das Beeindruckendste, was die irische Landschaft zu bieten hat.

DELL Computer Limerick

Am Montag besuchten wir EMC in Cork. Das Werk in Cork besteht seit 1988. Von hier bedient EMC den europäischen, den östlichen und Teile des pazifischen Marktes. Das Werk umfasste bei der Gründung eine Fläche von 5.200 qm und 22 Angestellte. Heute ist das Werk auf eine Größe von 62.600 qm angewachsen. Die Zahl der Beschäftigten stieg auf über 1.600.

EMC ist führender Anbieter von Speichersystemen, -Software, Netzwerken sowie Services und hat industrieweit die größten Erfahrungen bei automatisierten vernetzten Speicherlösungen. Die deutsche Webseite findet sich unter http://www.emc2.de.

Der Hauptsitz der EMC Corporation ist in Hopkinton, Massachusetts/ USA. Seit mehr als 25 Jahren ist EMC maßgeblich in die Entwicklung der Speicherbranche involviert. Gegründet wurde EMC 1979 von Richard Egan und Roger Marino. Heute wird das Unternehmen geleitet von Joseph M. Tucci als President und Chief Executive Officer und hat über 22.700 Mitarbeiter und mehr als 100 Standorte in Europa, Amerika, Australien und Asien. Wichtige Partner von EMC sind beispielsweise Firmen wie Dell inc. und Fujitsu Siemens Computer.

Mit einer Gewinnsteigerung von 76 Prozent hat EMC das Geschäftsjahr 2004 abgeschlossen. Der Umsatz stieg um 32 Prozent. Deutliche Zuwächse konnte EMC vor allem in den Bereichen Software und Services verzeichnen. EMC hat in vielen Bereichen eine Industrieführerschaft inne:

Aus einer Marktstudie von Gartner Dataquest geht hervor, dass EMC mit großem Abstand den Markt für Management-Software im Jahr 2003 anführte. Mit einem Anteil von 28,3 Prozent konnte der Speicherhersteller den nächsten Wettbewerber um knapp 10 Prozentpunkte distanzieren. Besonders erfolgreich war EMC in den drei am schnellsten wachsenden Segmenten Storage Ressource Management, Datenreplikation sowie hierarchisches Speicher-Management (HSM) und Archivierung.

EMC konnte 2003 seine führende Position im Markt für NAS (Network Attached Storage)-Speichersysteme weiter ausbauen. Dies ergab eine Studie des Marktforschungsinstitutes IDC. Mit den Midrange-Lösungen der Celerra NS Serie erzielte der Hersteller ein Umsatzwachstum von 100 Prozent. Gleichzeitig erzielte das Unternehmen steigende Umsätze mit seiner NAS-Software.

EMC hat im vierten Quartal des Jahres 2003 seine führende Position im Markt für Speicherlösungen ausgebaut. Aktuelle Studien der Marktforscher von IDC bescheinigen EMC

einen Marktanteil von 21,9 Prozent bei RAID-basierten Speichersystemen. Das entspricht einer Steigerung von 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Bei der interessanten Führung durch das Werk wurde uns die Fertigung verschiedener Storage-Lösungen gezeigt. Beeindruckend war vor allem zu sehen, wie bei EMC die einzelnen Produkte getestet werden. So wurden uns verschiedene Räume gezeigt, wo die Geräte unter schwersten Bedingungen verschiedene Testreihen über sich ergehen lassen mussten. Unter anderem waren dies Tests in Räumen mit extrem hoher oder niedriger Temperatur sowie Räume, in denen Erschütterungen simuliert wurden. Auch ein kurzer Einblick in „Internet Solutions Group“ wurde uns gewährt. Von hier aus können sämtliche Kundengeräte von EMC ferngewartet werden. Leider war es uns nicht erlaubt Fotos bei EMC zu machen.

Nach dem äußerst interessanten Besuch bei EMC fuhren wir in die Stadt Cork. Cork ist nach Dublin die zweitgrößte Stadt Irlands. In Cork besichtigten wir, außer der wunderschönen Stadt, das UCC. Die Universität der Stadt nennt sich University College Cork. Dort erklärte uns Dr. Joseph Manning vom Department of Computer Science in einem interessanten Vortrag, wie das irische Studiensystem konzipiert ist. Anschließend begaben wir uns wieder auf den Rückweg nach Kilfinane, um unsere Gasteltern zu treffen.

Am Dienstag war es dann soweit. Der heiß ersehnte Besuch im EMF 2 (European Manufacturing Facility) von Dell stand an. Das EMF2-Werk wurde 1990 in Limerick gebaut, der Stadt, die den Limericks ihren Namen gab. Von dort aus wird der gesamte europäische, der Mittlere Osten und der afrikanische Markt bedient.

Die beeindruckende Zahl von Computersystemen, die Dell im EMF2-Werk pro Tag fertigt, beträgt bis zu 28.000.

Die Zeit zwischen dem Eintreffen in Limerick bis zum Beginn der Werksführung verbrachten wir im Vorführraum. Dort waren sämtliche aktuellen Produkte von Dell, über Laptop bis zum Server zu bestaunen. Man durfte die meisten Geräte auch benutzen und ausprobieren. Das ließ natürlich bei vielen Studierenden das Informatikerherz höher schlagen.

Dann präsentierte sich Dell: Wir erhielten erste Einblicke in die Philosophie, wie bei Dell Computersysteme gebaut werden. Schlagworte wie “Build to order”, “Direct shipping“ oder „Direct Modell“ fielen dabei. Gemeint ist damit, dass Dell jedes Computersystem direkt auf Bestellung eines Kunden produziert und versendet. Dies unterscheidet Dell wesentlich von den meisten seiner Konkurrenten. Diese produzieren zumeist ganze Serien eines Computersystems, die dann an den Handel abgeben werden – anders dagegen Dell. Die Bestellung erfolgt über das Internet, schriftlich oder per Telefon. Danach wird die Produktion bei Dell gestartet und anschließend wird das jeweilige Computersystem direkt an den Kunden versendet. Dabei wird nicht nur der Zwischenhandel ausgespart, es ergibt sich auch die interessante Situation, dass der Geldeingang durch den Kunden früher erfolgt als der Mittelabfluss an die zugehörigen Lieferanten. Um dies realisieren zu können, ist natürlich eine hervorragende Logistik von Nöten. Eindrücke davon erhielten wir im Anschluss an die Präsentation, als wir die Produktionshalle des EMF2-Werks besichtigten.

Auf der einen Seite des Werks kommen die Lkws der Lieferanten mit den Einzelteilen an – in der Mitte der Halle findet die Endfertigung statt, also das Zusammensetzen der Komponenten zum jeweiligen Computersystem – am anderen Ende der Halle befindet sich der Versand, hier wird direkt auf die jeweiligen Lkws verladen, die nach Ländern getrennt bereit stehen.

Bei der Bestellung wird eine Nummer generiert, die genau das bestellte Computersystem identifiziert. Über diese Nummer, die sich später auch auf dem Gehäuse des gefertigten Computers befindet, wird alles abgewickelt, die Produktion, der Versand, die Abrechnung sowie der Support welcher per Telefon oder Internet für den Kunden erfolgen kann.

Für den Zusammenbau eines handelsüblichen PCs werden bei Dell zirka 5 Minuten benötigt. Wer immer selbst schon einen PC zusammengebaut hat, weiß, dass dies eine rekordverdächtige Zeit ist. Erreicht wird dies, indem jeder Arbeiter über ein Förderband eine Kiste erhält, in der alle Komponenten des jeweiligen Computersystems enthalten sind. Arbeitsplatz und der Aufbau von Dell-Computersystemen sind für minimale Handgriffe pro Arbeitsgang optimiert. Gleichzeitig wurde uns aber auch demonstriert, wie praktisch die Gehäuse von Dell aufgebaut sind. Spezielle Aufmerksamkeit wurde dabei auf die Lüftung/Kühlung von Computern gelegt. Nachdem der Computer hardwaremäßig fertig gestellt ist, wird getestet, ob die Hardware einwandfrei funktioniert. Hat das Gerät den Test bestanden, wird im nächsten Schritt automatisch das vom Kunden gewünschte Softwarepaket installiert und getestet. Danach wird der Computer verpackt und kommt über ein Förderband direkt auf eine Wechselpritsche, die dann im jeweiligen Lkw mündet. Gefertigt werden in Limerick PC-Systeme, Laptops und Server.

Nach dieser beeindruckenden Vorführung folgte ein ausgiebiges Mittagsbuffet. Anschließend lauschten wir interessanten Vorträgen zu Dells Konzepten beim Supply Chain Management, in der Logistig und der Quality/Customer Experience.

Abgerundet wurde der Besuch durch einen Einblick in die zentralen Serverräume von Dell und das „Proof-of-Concept“ – Labor. Hierbei handelt es sich um ein Labor, in dem Dell für seine Kunden deren spezielle Systemumgebung simulieren und ihnen die Möglichkeit zum Testen ihrer Hardware geben kann. Anschließend traten wir wie üblich den Heimweg nach Colmanswealth an.

Der Mittwoch war unser vorletzter Tag in Irland. Von Kilfinane aus ging es in eines der schönsten Dörfer Irlands, nach Adare. In Adare befindet sich der Landsitz Adare Manor, ein

Herrenhaus, dessen Grundstein im Jahre 1720 gelegt wurde. Heute ist das Manor ein äußerst luxuriöses Schlosshotel mit dazugehörigem Golfplatz. Zum Manor gehört ein weitläufiger Park, in dem sich außerdem die Reste eines Franziskanerklosters aus dem 15. Jahrhundert und eine finstere mittelalterliche Burg befinden. Von Adare aus ging es nach Limerick. Dort besichtigten wir King John's Castle. Die Burg wurde von König „Johann ohne Land" zwischen 1200 und 1210 erbaut. Sie liegt an einem strategisch wichtigen Punkt des Shannon Rivers im ältesten Stadtteil von Limerick. Ab dem 18. Jahrhundert diente die Burg als Kaserne. Heute ist sie vollständig restauriert.

Nach dem Besuch von King Johns Castle stand eine Firmenbesichtigung bei Analog Devices in Limerick auf unserem Tagesplan. Analog Devices gehört zu den „Fortune 1000 Companies", hat auch eine Platzierung in den Forbes Platinum 400 sowie viele weitere Auszeichnungen. Sie sind einer der weltweit führenden Hersteller in Design, Herstellung und Marketing von analogen und digitalen Signal Prozessor Schaltkreisen. Nun wird sicherlich der eine oder andere sagen, dass er noch nie etwas von der Firma gehört hat. Sicherlich, wenn man an einen PC denkt, so kommen einem nur Chip- Hersteller wie AMD, Intel oder vielleicht noch die Chipsatz Hersteller VIA oder NVIDIA in den Sinn. Schaut man sich jedoch eine Platine einmal genauer an, so wird man mit hoher Wahrscheinlichkeit irgendwo dazwischen auch einen Chip von Analog Devices finden. Auch in CD/DVD-Playern und anderen technischen Geräten finden sich Chips von Analog Devices. Analog Devices beschäftig zirka 1.400 Mitarbeiter an den irischen Standorten Cork und Limerick.

Wir wurden äußerst freundlich empfangen und für die Firmenführung in zwei Gruppen eingeteilt. Zuerst sahen wir, wie die hergestellten Schaltungen getestet werden. Im zweiten Teil der Führung durften wir in die Reinraumfertigung blicken. Hier war es uns möglich, einmal live den Vorgang der Herstellung von Integrierten Schaltkreisen zu beobachten, einen Einblick, den sicherlich nicht jeder hat, sondern den man nur mehr oder weniger aus Fachzeitschriften oder Fernsehberichten kennt. Nach dieser phantastischen Führung hatten wir noch etwas Zeit, um nochmals Limerick zu erkunden. Damit ließen wir den Tag ausklingen und kehrten zurück nach Kilfinane.

Wir verabschiedeten uns von unseren Gasteltern in Kilfinane, die uns die letzten Tage rundum versorgt hatten. Danach traten wir die Rückfahrt zum Flughafen Kerry an, verabschiedeten uns von unserem Busfahrer Joe und checkten bei Ryanair ein. Rückflug nach Frankfurt-Hahn. Dort tranken wir alle noch gemeinsam einen Kaffee und fuhren dann getrennt nach Hause.

Was bleibt von der Irland-Exkursion? Natürlich die tollen und interessanten Firmenbesichtigungen, aber auch der Eindruck dieses wunderbaren Landes. Irland hat einen ganz besonderen Charme, das unendliche Grün, die wunderschönen Steinmauern, die Häuschen, die ländlichen Dörfer, die freundlichen Leute und vor allem die wunderschöne Vegetation, die doch sehr überraschend für viele von uns war. Kaum einer von uns hätte gedacht, dass in Irland Palmen und andere mediterrane Pflanzen wachsen. Sicherlich wird der eine oder die andere noch mal nach Irland fliegen, um sich einiges genauer anzuschauen. Für uns war dies eine äußerst spannende, teilweise auch abenteuerliche Exkursion, was schon bei der Planung mit dem geringen Budget angefangen hat. Auf jeden Fall eine Exkursion, die zu jeder Zeit ihr Geld und die Anstrengungen wert war.

Die Autoren
Stefanie Mauthe und Steffen Armingeon studieren Betriebswirtschaft/Wirtschaftsinformatik. Werner Burkard ist Professor und Leiter des Studiengangs.

Die Cliffs of Moher

Highlight im Norden

International Business-Studenten besuchten interessante Firmen in Stockholm

von Matthias Heimburger und Thordis Geiger

Eiskaltes Vergnügen in der Bar des Scandic Hotels.

Die Exkursionswoche ist immer das Highlight im Sommersemester. Da ist es auch nicht verwunderlich, dass die Tickets für die Exkursion nach Schweden schon wenige Tage nach Bekanntgabe der Exkursion vergeben waren. So standen die zwanzig schnellsten Studenten, Professor Dr. Joachim Paul, Professorin Dr. Hiltrud Schober und das Organisationsteam des Studiengangs International Business am Sonntag pünktlich um 15:00 Uhr an der Bushaltestelle der Hochschule zur Abfahrt bereit.

Trotz kurzer Verwirrung – ein zweiter Reisebus stand zur gleichen Abfahrtszeit und am selben Abfahrtsort bereit, um eine andere Exkursionsgruppe nach Nürnberg zu bringen, und auch auf dem Flughafen gingen einige Schwedenexkursionsteilnehmer entschlossen Richtung Flug nach Nizza – waren wir 9 Stunden später vollzählig an unserem Ziel, der Jugendherberge Zinkensdamm in Stockholm angelangt und erholten uns in unseren Stockbetten von den Strapazen der Reise.

Nach (zu) wenigen Stunden Schlaf saßen wir alle mehr oder weniger munter am reichlich gedeckten Frühstücktisch, tranken Kaffee und stärkten uns mit uns mit typisch schwedischem „smörgasbord“ (belegten Brötchen) und „havregryn“ (Hafergrütze mit Preiselbeeren).

Unser erster Besuch galt der deutsch-schwedischen Handelskammer. Markus Adler, Geschäftsführer der Kammer, führte uns im Rahmen eines Vortrages in die schwedische Wirtschaft ein. Er erläuterte die Aufgaben der Handelskammer im Rahmen der deutsch-schwedischen Handelsbeziehungen.

Die Handelskammer fungiert dabei als Ansprechpartner für schwedische als auch für deutsche Firmen für sämtliche Fragen rund um das Herstellen und Pflegen von Geschäftsbeziehungen. Konkret bedeutet das auch z.B. Rechtsberatung, Auskunftsdienst, Erstellung von Marktstudien, Kontaktherstellung und umfangreiche Hilfe bei Steuerfragen und Buchhaltung im Partnerland. Die bilateral arbeitende Handelskammer zählt über 1000 Mitglieder (darunter auch BMW, AstraZeneca, Eon, Schenker) und finanziert sich als eine der wenigen deutschen Handelskammern im Ausland selbst. Nach der interessanten Präsentation nutzten wir den Nachmittag, um die Innenstadt Stockholms zu erkunden.

Am Dienstagmorgen standen wir – wie immer – früh auf und fuhren mit den öffentlichen Verkehrsmitteln in das noble Botschaftsviertel im Nordosten von Stockholm. Im Gegensatz zur nebenan gelegenen, imposanten amerikanischen Botschaft wirkte unsere deutsche Botschaft eher wie eine „Stuga“ (schwedisches Landhaus). Auf heimischen Boden angekommen, diskutierten wir mit dem Wirtschaftsreferenten, Matthias Hansen, über die schwedische Volkswirtschaft, Politik, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Deutschland und Schweden. Besonders interessant war es, mehr über das schwedische Alltagsleben und die gesellschaftlichen Unterschiede zu Deutschland zu erfahren. Anders als in Deutschland ist z. B. die Politik in Schweden sehr auf Familien und Kinder ausgerichtet und ermöglicht es beiden Elternteilen mit Kindern zu arbeiten – was aber auch eine gewisse gesellschaftliche Erwartung mit sich bringt, dass in Schweden beide Elternteile berufstätig sein sollten.

In Schweden ist die Zustimmung zum Staat und die Identifikation mit dem Land weitaus stärker ausgeprägt als in Deutschland. Das rührt nicht zuletzt aus dem Gefühl, dass „Vater Staat“ sich um die Schweden kümmert – dafür werden auch höhere Steuersätze in Kauf genommen.

Nach dem Besuch der Botschaft nutzten einige von uns den strahlend blauen Himmel zu einer Bootsfahrt in die Schären, während andere die „Gamla Stan“, die Altstadt Stockholms, erkundeten oder es sich in einem Cafe am Stockholmer Hafen gemütlich machten.

Gekocht und zu Abend gegessen wurde gemeinsam in der Jugendherberge, wobei die Studenten und die begleitenden Professoren Hand in Hand arbeiteten.

Danach teilte sich die Gruppe auf, um das Stockholmer Nachtleben ein wenig zu erforschen.

Am nächsten Tag fuhren wir mit dem Zug von Zinkensdamm eine dreiviertel Stunde in den Kurort Södertälje. In diesem schönen Örtchen, das übrigens die höchste Kneipendichte in Schweden hat, liegt malerisch an einem Fluss der sechstgrößte Pharmakonzern der Welt, AstraZeneca. Der repräsentative Firmen-

hauptsitz ist in einer ehemaligen Brauerei untergebracht und nahm dessen gastwirtschaftlichen Züge an: so wurden wir gleich nach unserer Ankunft mit belegten Broten und Getränken gestärkt. Viveka Eriksson führte uns in die Geschichte des Konzerns ein. Besonders nach der Fusion von Astra mit Zeneca liegen die Stärken des Unternehmens im Bereich Cholesterinsenker, Medikamente gegen Herz-Kreislauferkrankungen und in der Krebsforschung. PR-Chef Staffan Ternby erläuterte uns die Risiken und Chancen der Pharmaindustrie im Zeitalter der Generika und unterschiedlicher Zulassungsverfahren in den einzelnen Ländern. Er erklärte uns die Arbeit eines Pharmakonzerns und die einzelnen Stufen von der Idee und Entdeckung eines Wirkstoffes bis zur eventuellen Marktreife.

Nach dem interessanten Vortrag konnten wir leider nicht mehr das Städtchen Södertalje besuchen, da wir sofort im Anschluss einen Termin in der Skandinavienzentrale von Philip Morris in der Stockholmer Innenstadt hatten. Das typisch nordisch gestaltete Büro mit 80 Mitarbeitern beeindruckte uns durch die fantastische Aussicht aus dem 13. Stock und lud zum Fotografieren ein. Während einer Präsentation wurden wir über Philip Morris im allgemeinen und durch Johan Thor über die Arbeit der Marketingabteilung informiert – in einem Land, in dem Werbung für Zigaretten gänzlich verboten ist. Marketing findet in Schweden daher nur über das Produktdesign und Verkaufsdisplays statt. Das schlechte Image der Zigarettenindustrie versucht PM über „freiwillige Gesundheitsaufklärung“ zu verbessern. Das Ziel sei, ’Philip Morris als erfolgreichste, am meisten respektierte und sozial verantwortliche Konsumgütermarke’ zu platzieren. Auch wenn der Vortrag bei uns ein paar Fragen offen ließ, war es dennoch interessant, die Welt aus der Sicht von Philip Morris kennen zu lernen.

Am anderen Morgen waren bei schönstem Wetter auf dem Boot in Richtung Schloß Drottningholm unterwegs. Dieses Schloß außerhalb Stockholms ist auch heute noch Wohnsitz der schwedischen Königsfamilie. Neben dem Schloß ist die Insel Lovön mit ihrem Lindenpark, dem Theater und dem chinesischen Pavillon, der in der UNESCO Weltkulturliste aufgenommen wurde, berühmt. Leider konnten wir bei unserem Besuch keine Mitglieder der Königsfamilie erkennen, so mancher männliche Kursteilnehmer hätte gerne Prinzessin Madeleine, die Teilnehmerinnen gerne den Prinzen aus der Nähe gesehen.

Unser vorgezogenes Abschlussessen fand in der Kungsgatan statt, wo sich jeder aus dem reichhaltigen Angebot in diesem Restaurantkomplex seine persönlichen Favoriten aus der schwedischen, indischen, mexikanischen etc. Küche heraussuchen konnte und dann gemeinsam gespeist wurde.

Gestärkt und gut gelaunt zogen wir dann weiter in das Scandic Hotel zum Höhepunkt des Tages, dem Besuch der Eisbar. In dieser Bar werden nicht etwa die Getränke „on the rocks“ oder mit Speiseeis serviert, sondern die

Über den Dächern von Stockholm: Ausblick von der Philip Morris Skandinavienzentrale.

Schloß Drottningholm

gesamte Bar samt Einrichtung und „Gläsern“ besteht komplett aus Eis! Wie die Eskimos gegen die Kälte geschützt betraten wir die Bar durch eine Schleuse, und der Wodka in unseren „Eisgläsern“ hielt uns auch bei – 17° warm. Die heiße Clubmusik tat ein übriges, so dass die 45 Minuten für uns alle viel zu schnell vorbei gingen.

Ein weiterer Höhepunkt war der Besuch am Freitag bei Ericsson im Technologiepark Kista. Die moderne Zentrale betraten wir allerdings nach einigen Umwegen durch den Hintereingang – was uns aber den Vorteil einbrachte, dass uns unser Weg auch am eigenen Handymuseum vorbeiführte. Produktmanager Staffan Johanson gewährte uns interessante Einblicke in die Geschichte von Ericsson. Seit unglaublichen 127 Jahren ist Ericsson im Kommunikationsbereich tätig. Nach einer langen Wachstumsphase wurde im Zuge einer Umstrukturierung 2001 der Handybereich in ein Joint Venture mit Sony ausgegliedert.

Ericsson wurde 2000 vom Ende des Technologiebooms sehr hart getroffen und musste aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Lage 55.000 der einst 105.000 Mitarbeitern entlassen. Im Jahr 2004 hat sich der Konzern jedoch wieder erholt.

Im Anschluss referierte Jonas Thulin über die positiven Einwirkungen der Kommunikation auf die gesellschaftliche Entwicklung. Nach etwas Theorie konnten wir uns selbst davon überzeugen: In einem speziellen Vorführraum konnten wir die Telefone der ersten und nächsten Generation live erleben. Videokonferenzen, TV-Empfang, High-Speed-Internet, alles per Handy. Wir erfuhren, dass UMTS in Schweden schon verfügbar sei und nebenbei gesagt auch bezahlbarer ist als in Deutschland.

Nachmittags stand der Besuch im Vasa-Museum an. Dort konnte man den einstigen Stolz der schwedischen Kriegsmarine, die bei der Jungfernfahrt 1628 gesunkene „Vasa“ in Augenschein nehmen. Das imposante und aufwändig restaurierte königliche Schiff wurde 1961 nach langer erfolglos vorangegangener Suche im Hafenbecken von Stockholm geborgen. Nach langer Restaurierungsphase ist es seit 1990 in einem Museum für die Öffentlichkeit zugänglich, welches zusätzlich über das Leben und die Seefahrt im 17. Jahrhundert informierte.

Da die Wartezeit bis zur Abfahrt gegen 03:00 Uhr morgens verkürzt werden musste, brachen wieder einige Grüppchen in das schwedische Nachtleben auf, das wir in dieser Woche auch ein bisschen besser kennen gelernt hatten (Unsere Empfehlungen: Buddha Bar, SpyBar und Storekompaniet).

Ein herzliches Dankeschön geht an die beteiligten Firmen sowie das Organisationsteam!

Die Autoren
Matthias Heimburger studiert Betriebswirtschaft/International Business, Thordis Geiger hat ihr Studium Wirtschaftsrecht bereits abgeschlossen.

Internationale Politik und Wirtschaft

Ausflug der ausländischen Studierenden ins Europaparlament

von Isabell Martin, Nina Vogler, Katrin Kilian

Bierprobe im Anschluss an die Brauereiführung.

Schon Anfang Januar begannen wir mit den Vorbereitungen für unser Projekt mit internationalem wie auch wirtschaftlichem Bezug. Die Idee war, mit unseren Austauschstudenten nach Straßburg ins Europäische Parlament zu fahren. Für den ökonomischen Teil planten wir eine Besichtigung der Brauerei Heineken in Schiltigheim. Da der Termin durch Herrn Professor Pförtsch vorgegeben war, war es nicht so einfach, unsere Programmpunkte aufeinander abzustimmen. Ein geeignetes Busunternehmen war relativ schnell gefunden, doch da das Parlament nur noch einen freien Termin zur Verfügung hatte, musste das restliche Tagesprogramm danach ausgerichtet werden. Es war auch nicht ganz einfach, bei Heineken eine Führung auf Englisch zu bekommen. Doch nach einigem Hin und Her hat aber schließlich noch alles geklappt und die Anmeldung der Teilnehmer konnte beginnen. Der Ausflug stieß auf großes Interesse bei unseren Internationals, doch da wir nur eine begrenzte Anzahl an Personen mit ins Parlament nehmen durften, mussten wir leider einigen absagen.

Mit 29 Personen machten wir uns schließlich auf den Weg nach Straßburg. Die Teilnehmer der internationalen Gruppe kamen unter anderem aus Polen, der Türkei, Bulgarien, Frankreich und den USA.

Erster Programmpunkt war die Führung durch das Europäische Parlament. Dabei wurden wir durch das Hauptgebäude, einen Sitzungsraum sowie den großen Plenarsaal geführt, wobei wir Einiges über die Aufgaben des Parlaments erfuhren. Zum Abschluss bekamen wir noch die Chance, bei einer Konferenz von Schülern aus ganz Europa mit einigen Abgeordneten zuzuhören.

Vom Parlament aus ging es direkt nach Schiltigheim zur Brauereibesichtigung. Bevor unsere Führung durch die Produktion begann, erfuhren wir zunächst in einem kurzen Film mehr über das Unternehmen Heineken. Danach wurden wir in die hohe Kunst des Bierbrauens eingeführt und nach der etwa zweistündigen Führung konnten wir uns selbst von der Qualität und dem Geschmack des Endproduktes in einer Bierprobe überzeugen.

Nach dieser gerne angenommenen Erfrischung ging es zurück in die Straßburger Innenstadt, wo wir noch einige Zeit zur freien Verfügung hatten, bevor wir gegen 18:30 Uhr zurück nach Pforzheim fuhren. Insgesamt war der Tag sehr informativ, und er bot den Teilnehmern vor allem die Gelegenheit, andere Studenten aus den verschiedensten Ländern kennen zu lernen.

Die Autoren
Isabell Martin, Nina Vogler, Katrin Kilian studieren Betriebswirtschaft/International Business im 7. Semester und absolvieren ihr Praxissemester in Frankreich.

Die internationale Gruppe vor dem Europaparlament.

Lust auf zeitgenössischen Schmuck?

Die Galerie GSG 12 geht in die 2. (Semester)Runde

von Claudia Stebler

Kerstin Henke, Jasmin Hess, Jette Loeper, Birgit Pitrov, Frederike Schürenkämper, Tamara Grüner, Petra Köhle, Verena Pilz. Die Galeristinnen freuen sich auf Ihren Besuch.

Im Oktober 2004 haben 11 Studentinnen und eine Absolventin des Studiengangs „Schmuck und Objekte der Alltagskultur“ eine Galerie für Schmuck und Gerät in Pforzheim eröffnet. Die Galerie ist aus einer Eigeninitiative besonders aktiver Studenten entstanden. Das Besondere daran ist, dass es sich nicht um ein von Professoren geleitetes Semesterprojekt handelt.

„Von der Konzept-Diskussion, übers Renovieren, Eröffnen, bis zum Galerie-Betrieb – das sind für uns unbezahlbare Erfahrungen, die wir gerade im Hinblick auf eine spätere Selbständigkeit brauchen,“ meint Till Baacke, der jetzt an seinem Diplom arbeitet.

Glücklich sind alle Beteiligten, dass sie als Studenten der Hochschule Pforzheim vom Hochbauamt Sonderkonditionen für die Räumlichkeiten in der Bahnhofstrasse 26 erhalten haben.

Mit der Galerie haben die Studentinnen eine Plattform geschaffen, ihre Arbeiten an einem breiten Publikum auszuprobieren. Sie lernen, wie sie Schmuck präsentieren und individuelle Inhalte vermitteln können, sie üben sich im Führen von Verkaufsgesprächen. Zudem erproben sie ihren Teamgeist und haben auch einen detaillierten Vertrag untereinander abgeschlossen.

Mit Lesungen, Konzerten und themenbezogenen Sonderausstellungen halten sie den Galeriebetrieb lebendig und verlocken immer wieder zum Besuch. Es ist ihnen wichtig, dass die Schmuckstücke und Accessoires nicht hinter dicken, musealen Glasscheiben versteckt sind und der Betrachter aktiv werden kann.

Mit der Galerie GSG 12 leisten die Studentinnen auch einen wichtigen Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule. Sie stellen einen Bezug her zur Bevölkerung, und sie zeigen ein klares Bild davon, was an dieser Hochschule vermittelt wird. Frederike Schürenkämper, Studentin im 7. Semester, findet außerdem: „zeitgenössischer Schmuck gehört zum Alltag“.

Bei der Eröffnung der Ausstellung „Wir bekommen ein neues Gesicht“ am 18. März 2005 lobte Cornelie Holzach, die Leiterin des Schmuckmuseums Pforzheim: „Sie haben vollbracht, worauf alle seit 20, wenn nicht schon seit 30 Jahren gewartet haben.“ Ein dickes Lob an die 12 Galeristinnen und ihre charmante Professionalität. Beteiligt sind Christina Schmitt, Tamara Grüner, Carmen Berner, Kerstin Henke, Frederike Schürenkämper, Birgit Pitrov, Petra Köhle, Verena Pilz, Katharina Schreck, Jasmin Hess, Jette Loeper und Angela Sauer.

GSG 12. Galerie für Schmuck und Gerät.
Bahnhofstrasse 26, 75175 Pforzheim
Öffnungszeiten: Di – Fr: 14.00 – 19.00, Sa: 11.00 – 17.00 Uhr

Die Autorin
Claudia Stebler Dipl. Des (FH), ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Studiengang Schmuck und Objekte der Alltagskultur.

Die Galeristinnen machen mit einer Performance an der Ausstellungseröffnung „Ketten“ am 7. Mai auf sich aufmerksam.

Erkan Bilgic: Mercedes McLaren Flyer. Diplomarbeit.
Betreuer: Professor Thomas Gerlach und Stefan S. Handt. *Foto: Harald Koch*

Karriere- und Kontaktplattform

Campus X: Eine Initiative mit „X-trem“ viel Engagement und großen Ambitionen

von Susanne Fauth

Das Team von Campus X.

Campus X ist eine der sieben Initiativen von Studenten für Studenten an der Hochschule. Man versteht sich als Schnittstelle zwischen der Hochschule und der freien Wirtschaft, den Unternehmen. Man möchte als Karriere- und Kontaktplattform einen Raum schaffen, in dem künftige Arbeitgeber und potentielle Arbeitnehmer aufeinandertreffen.

Zu diesem Zweck wird einmal pro Semester der X-Day – die Firmenkontaktmesse – an der Hochschule Pforzheim veranstaltet. Dort können sich Unternehmen als attraktive Arbeitgeber präsentieren, während sich Studenten gezielt um Praktikantenstellen, Diplomarbeiten und Einstiegsjobs bewerben können.

Ein weiteres wichtiges Ziel besteht darin, die Studenten im Vorfeld der Messe optimal auf diese Bewerbungs- und Kontaktsituation vorzubereiten. Hierfür werden einige Wochen vor dem X-Day Workshops durchgeführt, in denen man trainiert, wie man sich am besten bewirbt und wie man sich in so genannten Assessmentcentern vorteilhaft präsentiert.

Die Idee, Studenten dabei zu helfen, mit Firmen in Kontakt zu treten, kommt gut an, was die Erfolge der bisherigen X-Days und Workshops gezeigt haben. Nötig sind dafür – wie bei allen Initiativen – jedes Semester fähige und willige Studenten, die bereit sind, sich auch neben dem Studium zu engagieren. „Man lernt nicht nur nette Leute kennen, sondern erwirbt durch die Arbeit in den einzelnen Teams auch Fähigkeiten, die im Berufsleben einmal sehr nützlich sind. Durch das projektbezogene und praxisnahe Arbeiten eignet man sich z.B. Präsentationstechniken oder Zeitmanagement an, welche man später sicher täglich nutzen wird“, so Marco Kieselbach, einer der Vorstände von Campus X. Damit die Studenten diese Fähigkeiten erlangen, ist aktive Mitarbeit natürlich Voraussetzung. Der Vorstand weiter: „Wir möchten Leute ansprechen, die gerne zu uns kommen und voller Ideen und Energie einen Beitrag zu unserer Arbeit leisten“.

Doch wie überzeugt man Studenten immer wieder von neuem, sich die Chance auf eine nützliche Zusammenarbeit, die auch noch Spaß macht, nicht entgehen zu lassen? Campus X versucht es mit Imageflyern, Infoabenden und sogar auf Parties… oft auch mit Erfolg!

Um den Nutzen von außeruniversitärem Engagement und die Chancen einer Firmenkontaktmesse wie X-Day zu verdeutlichen, hat der PR-Vorstand von Campus X die Personalverantwortliche eines großen Unternehmens zu diesem Thema befragt. Vielleicht kann das Interview ja den einen oder anderen von der Mitarbeit bei Campus X überzeugen.

Interview mit Frau Ullmann, Managerin Human Resources bei der Dürr AG

Petra Ullmann

1. Wie sind Sie auf den X-Day aufmerksam geworden und was hat sie dazu bewegt, daran teilzunehmen?

Auf den X-Day sind wir durch erste Kontakte mit der Hochschule Pforzheim aufmerksam geworden. Im Rahmen unserer Recherchen erwies sich Pforzheim als eine hervorragende Hochschule bezogen auf die Professoren, die universitäre Ausbildung sowie die Zusammenstellung der Studiengänge.

Als ich mich danach erkundigte, welche Events an Ihrer Hochschule stattfinden, wurde ich durch ein Mitglied von Campus X auf den X-Day angesprochen. Der Student vermittelte mir sofort einen sehr professionellen Eindruck. Er konnte mich qualifiziert über die Aktivitäten der Initiative und die verschiedensten Hochschulaktivitäten informieren, was uns letztendlich dazu bewegt hat, am X-Day teilzunehmen.

2. Was unterscheidet den X-Day von anderen Firmenkontaktmessen?

Der X-Day und die Initiative zeichnen sich vor allem durch Bedarfs- und Zielorientierung sowie durch ein hohes Niveau aus. Schon in der Vorbereitungsphase, bei der Akquisition der Unternehmen, präsentiert sich Campus X sehr strukturiert und professionell. Die Firmen werden im Vorfeld umfassend informiert, so dass sie bei der Anmeldung konkret wissen, was sie erwarten dürfen.

Aber auch die Studenten erhalten alle für sie relevanten Daten. Indem Campus X die Firmenvertreter bittet, ein Profil ihres Unternehmens zu erstellen, welches später in der Bro-

schüre zum X-Day erscheint, haben die Studierenden hinreichend Gelegenheit, ihren Messebesuch gut vorzubereiten.

Am Tag der Firmenkontaktmesse achtet Campus X von Anfang an auf einen reibungslosen Ablauf. Besonders bemerkenswert finde ich, dass sich alle Mitglieder auf ihre Kunden, also die Unternehmen, einstellen, indem sie sich z.B. angemessen kleiden oder den Firmenvertretern beim Messeaufbau sofort zur Hand gehen. Mir gefällt es auch, dass die teilnehmenden Gäste zu Beginn kurz über den Tagesablauf informiert und eingewiesen werden – man holt sie da ab, wo es erforderlich ist. Campus X plant sehr vorausschauend. Doch auch bei Unvorhersehbarem finden die Organisatoren schnell Lösungen.

Reges Treiben auf dem X-Day im April. *Alle Fotos : Patricia Braun*

Ich habe die Erfahrung gemacht, dass die Mitglieder von Campus X auf der einen Seite ehrgeizig ihre Studienziele verfolgen, auf der anderen Seite aber nicht nur „Theoretiker", sondern auch „Macher" sind, die anpacken können. Das spürt man gleich morgens an der Pforte, wenn man von einem der Mitglieder persönlich empfangen wird, und dieser Eindruck setzt sich weiter fort.

3. Wodurch zeichnen sich die Pforzheimer Studenten/ -innen besonders aus?

Die Studenten der Hochschule Pforzheim zeichnen sich vor allem durch ihre gute Fachkompetenz aus. Die meisten, die an unseren Stand kamen, waren sehr gut vorbereitet und hatten sich schon ausführlich über unser Unternehmen informiert.

4. Wie wichtig ist Ihnen als Personalerin ein persönlicher Kontakt?

Ich denke, dass man Menschen immer ganzheitlich betrachten muss. Zum einen zählen bei einem Bewerber natürlich die Fach- und Methodenkenntnisse. Auf der anderen Seite spielt aber auch die Persönlichkeit, die je nach Tätigkeitsbereich zu betrachten ist, eine große Rolle. Idealerweise stimmen die Anforderungen des Arbeitsplatzes und die Zielsetzung des Mitarbeiters überein. Ein persönlicher Kontakt rundet das Bild ab, das man sich auf der Grundlage einer Bewerbungsmappe nicht vollständig geben kann.

5. Konnten Sie auf dem letzten X-Day Kontakte mit Studenten knüpfen, die später zu einem Vorstellungsgespräch oder sogar zu einer Einstellung geführt haben?

Allerdings. Wir konnten einige Studenten als Werkstudenten und Praktikanten einstellen. Zudem kam es zu diversen Projektarbeiten.

6. Wie bewerten Sie außeruniversitäres Engagement im Lebenslauf eines Studenten? Können solche Zusatzaktivitäten bei der Auswahl eines Mitarbeiters ausschlaggebend sein?

Ich denke, es ist nie verkehrt, sich außeruniversitär zu engagieren. Ich weiß, dass jemand mit guten Noten über ein gutes Fachwissen verfügt. Ich muss aber auch wissen, ob er dieses Wissen tatsächlich anwenden kann. Ich denke, dass man durch die Mitarbeit in ihrer oder in anderen Initiativen Methodenkenntnisse erwirbt und sich im Team Fähigkeiten aneignet, die später von großem Vorteil sind und täglich angewendet werden müssen.

7. Was würden Sie den Studenten empfehlen, die zu unserem X-Day kommen?

Die Studenten sollten sich natürlich auf den X-Day vorbereiten. Sie sollten sich dabei aber nicht nur über unser Unternehmen informieren und Daten und Fakten „vorbeten" können. Nein, wichtig ist auch, dass sie wissen, was sie selbst wollen. Sie müssen sich im Vorfeld mit ihren Interessen und Neigungen auseinander setzen und sich darüber bewusst werden, was Sie auf der Messe für sich klären möchten, beispielsweise in welchem Bereich sie tätig werden möchten und welche beruflichen Ziele sie haben. Wir sind jedoch auch offen für Fragen von Studierenden, die sich noch am Anfang ihres Studiums befinden und nicht genau über die Tätigkeiten in einem Unternehmen Bescheid wissen. Diese Fragen klären wir gerne im Gespräch auf der Messe.

Zum Schluss möchte ich noch allen Studierenden den Tipp geben, sich immer selbst treu zu bleiben und keine Maske aufzusetzen, denn früher oder später fällt diese bestimmt.

Die Autorin
Susanne Fauth studiert im achten Semester Betriebswirtschaft/Werbung und ist im Vorstand von Campus X für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

Jedem Gaststudenten seinen Zwilling

Die studentische Initiative Gemini kümmert sich um ausländische Studierende

von Katja Kramer und Silke Köhler

Gemini ist eine unabhängige studentische Initiative, die sich unter dem Motto „Nations together“ um die Austauschstudenten an der Hochschule Pforzheim kümmert. Im Moment sind wir ca. 40 aktive Mitglieder, die um die 70 bis 100 Gaststudenten aus allen möglichen Ländern betreut.

Gemini bedeutet Zwilling. Die Idee hinter dem Namen ist, dass jeder ausländische Gaststudent, der das möchte, einen deutschen Zwilling bekommt, den man auch Buddy nennen könnte. Mit Hilfe eines Fragebogens, den der ‚International’ schon vor seiner Ankunft in Pforzheim ausfüllt, wird ein passender Pforzheimer Buddy gesucht. Dieser kümmert sich dann schon im Vorfeld um den Austauschstudenten, beantwortet ihm Fragen oder hilft bei kleinen Problemen. Während des Semesters können die Buddys selbst entscheiden, was sie miteinander unternehmen möchten. Es können sich neue Freundschaften entwickeln und vielleicht besucht der eine oder andere einmal seinen Buddy in dessen Heimatland.

Um den Kontakt zwischen allen Gemini-Mitgliedern und den Internationals zu fördern, treffen wir uns regelmäßig in lockerer Runde in Pforzheims Kneipen. Dieses sogenannte Gemini & friends-Programm bietet die Möglichkeit, etwas zusammen zu trinken, sich zu unterhalten, eben einfach Leute aus den verschiedensten Regionen der Welt kennen zu lernen und dabei noch eine Menge Spaß zu haben! Ein weiteres Highlight sind Exkursionen in die nähere Umgebung z.B. nach Freiburg oder Strassburg aber auch Mehrtagesausfahrten nach Berlin oder Hamburg. Zu unserem weiterem Programm gehört auch so etwas wie gemeinsames schwäbisches Kochen oder Bowlen. Außerdem organisieren wir Firmenbesichtigungen (Brauereien oder Autoproduktionen, denn wofür ist Deutschland schließlich bekannt?!) und wir veranstalten im Sommer ein Grillfest!

Unser Ziel ist es, dass sich Freundschaften bilden und Vorurteile beseitigt werden, denn die Welt wächst zusammen, und auch in Pforzheim kann man seinen Teil dazu beitragen.

Das Gemini-Team

Was bringt die Mitarbeit bei Gemini? Auf jeden Fall eine Menge Spaß, denn man lernt unglaublich viele offene Leute kennen und deren Kulturen und Sichtweisen. Des weiteren gewinnt man Einblicke in andere Lebensweisen und man lernt Pforzheim von einer ganz andere Seite kennen!

Da die Kommunikationssprache der meisten Austauschstudenten Englisch ist und auch sehr viele spanischsprechende Internationals in Pforzheim sind, bietet sich die Möglichkeit, dass man seine sprachliche Fähigkeiten verbessert oder eine ganz neue Sprache lernt.

Abschließend lässt sich sagen, dass jeder bei uns selbst bestimmt, wie viel er beisteuert und wie viel Zeit er aufbringen kann z.B. für die Organisation einer Exkursion.

Neue Mitglieder sind uns jederzeit willkommen. Es ist nicht notwendig, viele Sprachen zu sprechen oder im Studiengang International Business zu sein, jeder kann mitmachen, der Spaß daran hat, Menschen aus der ganzen Welt kennen zu lernen.

Schaut einfach mal auf unsere Website vorbei, wann wir uns treffen – www.hochschule-pforzheim.de/gemini oder schreibt eine email an gemini@hochschule-pforzheim.de .

Die Autorin
Katja Kramer studiert im 5. Semester Betriebswirtschaft/ Controlling, Silke Köhler im 5. Semester Betriebswirtschaft/ Marketing.

Kommunikation für den Non Profit-Bereich

Aus einer studentischen Initiative wurde das Institut für Social Marketing GmbH

von Steffen Heil

Angefangen hat alles mit dem Projekt „eDiscovery“. 32 Studenten haben sich 2001 zusammen getan, um gemeinsame Feldstudien für Unternehmen zu betreiben. Aber diese Studien wurden nicht irgendwo durchgeführt. „Die Forschungsgruppe“ flog dafür gemeinsam ins Silicon Valley / USA. Nirgendwo sonst auf der Welt ist ein derartiges Cluster an innovativen Unternehmen angesiedelt, so dass dort international agierende Unternehmen zu verschiedenen Themen befragt werden konnten.

Ein solcher Themenkomplex bei „eDiscovery“ war der Bereich Corporate Citizenship – was so viel bedeutet wie das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, um sich auf dem Markt als „Guter Bürger“ zu positionieren.

Diese Form des Engagements, das in den USA stark verbreitet ist, findet in Deutschland bisher kaum Anwendung. Doch ein enormes Potenzial ist auch in hierzulande vorhanden. Diese Idee war der Grundstein – und nach einer zweijährigen Vorbereitungsphase konnte jetzt das Institut für Social Marketing gegründet werden.

Ziel des Instituts ist es, Unternehmen und Non Profit-Organisationen in Marketing- und Kommunikationsfragen zu beraten. Gemeinsam werden Konzepte erarbeitet, wie sich soziale Einrichtungen besser vermarkten können, aber auch, wie Unternehmen durch soziales Engagement profitieren und „Gutes“ tun können.

Dienstleistungen des Instituts:

- Marketing- und Kommunikationskonzepte für Non Profit-Organisationen
- Zielfindungs- und Strategieworkshop

Marketing- und Kommunikationsberatung

- Ideenmanagement für eine emotionale Markenführung
- Vermittler zwischen Non Profit und Wirtschaft
- Wissenschaftliche Begleitung von Corporate Citizenship-Projekten zwischen dem Non Profit-Bereich und der Wirtschaft

Auch nach zwei Jahren ist das Institut noch fest mit der Hochschule verbunden. So sind die beiden Angestellten des Instituts Absolventen, und auch mehrere Diplomarbeiten und Praktikumsstellen konnten bereits vermittelt werden.

Die eigene Homepage des Instituts lässt noch immer auf sich warten. Über einige Projekten des Instituts kann man sich aber im Internet unter folgenden Adressen informieren:

www.vision-freundschaft.de
www.lebenswerk-zukunft.de
www.kick-it-turnier.de

Der Autor
Steffen Heil ist Absolvent des Studiengangs Betriebswirtschaft/Werbung und Mitarbeiter im Institut für Social Marketing.

Schritte in Richtung Traumberuf

MARKETING DIGEST – das Hochschulmagazin der werbeliebe – sucht Mitarbeiter

von Sonja Kehrer

Der Marketing Digest, kurz MD, ist ein Magazin der Hochschule Pforzheim, das die studentische Agentur werbeliebe einmal pro Semester mit einer Auflage von derzeit 3000 Stück herausgibt. Mit bereits 44 Ausgaben ist der MD äußerst erfolgreich und erfreut sich großer Beliebtheit bei seinen Lesern.

Der Schwerpunkt des Magazins liegt auf den Themenbereichen Marketing und Werbung: Mit Berichten über starke Marken, Marketing-Strategien, Analysen von Werbekampagnen und Gesprächen mit interessanten Persönlichkeiten aus diesem Berufsfeld, möchten wir die in den Vorlesungen des Fachbereichs Marketing und Kommunikation vermittelte Theorie anschaulich mit der Praxis verbinden.

Als – neben KONTUREN – einzige regelmäßig erscheinende Zeitschrift der Hochschule Pforzheim möchten wir aber auch ein Magazin für Studenten und Studentinnen der anderen Studienbereiche sein. So berichten wir über aktuelle Themen der Wirtschaft, über das Hochschulleben in Pforzheim sowie sonstige, für Studenten interessante Dinge – mal informativ, mal kritisch oder auch mal ironisch.

Wir versuchen stets einen spannenden Themen-Mix zu schaffen und damit Studierende und Absolventen, die als Mitglieder des Fördervereins den MD zugeschickt bekommen, wie auch Professoren der Hochschule Pforzheim anzusprechen.

Das Titelthema der Ausgabe Nr.44 vom Sommersemester war „Kochkultur“. Der Leitartikel hierzu beschrieb die Landschaft der TV-Köche vom Beginn dieses Trends bis heute. Außerdem interviewten wir den erfolgreichen TV-Koch Tim Mälzer, berichteten über Selbstversuche in der Küche oder über das Kochevent des U/AStA „Running Dinner“.

Über das Titelthema hinaus erschienen in dieser Ausgabe u.a. zwei Auslandsberichte von Studenten sowie ein Beitrag zum Thema Qualitätsmanagement.

Die Artikel aus dem Marketing waren mit einem Bericht und vielen Fotos über Refill 05, einem Erfahrungsbericht der Gewinner des Kraft Foods Case Study Awards, einem Interview mit Mareile Seifert (Head of Commercial Marketing, MTV) und einem Artikel über das spotlight Festival 2005 ebenfalls zahlreich und spannend.

Bereits im Jahr 1984 erschien die erste Ausgabe des MD. Dass er nach 21 Jahren immer noch existiert und regelmäßig erscheint, ist der freiwilligen nicht zu unterschätzenden Arbeit von Studenten sowie der Unterstützung des Fördervereins der Hochschule zu verdanken.

Semester für Semester schließen sich Studenten unterschiedlicher Studiengänge zusammen und produzieren in nur wenigen Wochen das Magazin. Jedes Semester ist ein anderer Studierender als Projektleiter für die jeweilige Ausgabe verantwortlich. Zu Beginn jedes Semesters steht das bestehende Team immer wieder vor der Aufgabe, neue Mitglieder anzuwerben: Auf der werbeliebe-Party, auf dem Infobasar für die Newies, über die Homepage oder – wie es immer noch am besten funktioniert – im Freundeskreis.

Die Titelseite der aktuellen MD-Ausgabe.

So herrscht im MD-Team stets eine gute Stimmung, ein sehr freundschaftliches Verhältnis, und man trifft sich nicht nur „geschäftlich“. Steht das Team, geht es um die wichtige, aber schwierige Aufgabe, das Titelthema festzulegen, passende Berichte vorzuschlagen und auf die Autoren zu verteilen.

Aber die Arbeit besteht bei Weitem nicht nur aus Schreiben: Da die Zeitschrift kostenlos ist, müssen die Druckausgaben durch Anzeigen gedeckt werden, also müssen Anzeigenkunden gefunden werden. So sprechen wir sowohl kleine Pforzheimer Geschäfte, als auch bundesweite Unternehmen an – eben alle, für die eine Anzeige im MD erfolgversprechend sein könnte – und versuchen, sie von der Attraktivität einer Anzeige im MD zu überzeugen.

Desweiteren werden die Absolventen über die Alumni-Datenbank sowie die Referenten von Hochschulveranstaltungen wie des Studium Generale oder des Refill auf geeignete Interviewpartner überprüft. Druckangebote werden eingeholt, einige Artikel müssen evtl. mit zuständigen Presseabteilungen abgeklärt werden und für viele Artikel müssen Hintergrundinformation recherchiert werden. Die Homepage wird aktualisiert, auf Hochschulveranstaltungen wird für das Magazin fotografiert, und die Projektleitung repräsentiert den MD auf werbeliebe-Veranstaltungen.

All dies geschieht unter Zeitdruck und unter Koordination der Projektleitung, die darauf achtet, dass alles „mit rechten Dingen zu geht“ und pünktlich zum Redaktionsschluss fertig ist. Wurden alle Artikel eingereicht und Korrektur gelesen, wurde ausreichend Fotomaterial besorgt und ein Titelblatt entworfen, geht es an das Layouten, das stets einen tagelangen, mitunter nervenaufreibenden Prozess darstellt.

Sind die Daten dann endlich in den Händen des Druckers, wird einmal tief durchgeatmet und neue Energie getankt – denn zu guter Letzt steht noch die Organisation der Release-Party der neuen Ausgabe an. Alles in allem ist dieser Ablauf jedes Semester wieder aufs neue eine Herausforderung für das ganze MD-Team.

Das Tätigkeitsfeld des MD-Teams ist wie man sieht breit gefächert. Jeder hat seine Talente, nicht alle sind gute Autoren, doch alle finden ihren Aufgabenbereich im MD: Sei es die Gestaltung der Homepage, das Akquirieren von Anzeigenkunden, das Layouten des Magazins oder ganz klassisch das Schreiben von Artikeln.

Jeder macht das, was er am Besten kann, bzw. was er lernen möchte. Die Arbeit im MD macht vor allem eines: Spaß.

Seit meinem ersten Semester hier in Pforzheim bin ich im Team und ich werde auch nach meinem Auslandssemester jederzeit wieder zurückkehren. Denn man lernt viel Neues, man bekommt einen Hauch vom Geschäftsleben „draußen“ mit, man erfährt, wie wichtig es ist, Kontakte zu pflegen und sich nach außen hin zu präsentieren. Zudem lernt man, mit Studenten ganz anderer Fachrichtungen zusammen zu arbeiten.

Die Mitarbeit im MD ist ein kleiner zusätzlicher Punkt im Lebenslauf eines Studenten, der sie aber vielleicht einen großen Schritt weiter in Richtung Traumberuf bringt. Es wäre ein Irrtum anzunehmen, dass der MD nur Studenten des Fachbereichs Marketing und Kommunikation ins Team aufnimmt. Im Gegenteil: Studenten der Gestaltung sind für das Layout von größter Bedeutung, fehlen jedoch leider meist in unserem Team. Egal ob Personaler oder Techniker – im MD-Team haben sich bis jetzt alle wohlgefühlt.

Im kommenden Wintersemester sind viele vom bisherigen Team im Auslands-, bzw. Praxissemester. Daher ist wieder einmal kräftige Unterstützung gesucht. Bewerben können sich Studenten aller Hochschulbereiche unter md@werbeliebe.de. Nähere Infos zum Magazin auf unserer Homepage www.marketingdigest.de

Die Autorin
Sonja Kehrer studiert im 5. Semester Betriebswirtschaft/ Werbung und ist eine der beiden Projektleiter/innen des aktuellen MD.

Gone with the wind

Ein Semester in den Südstaaten der USA bei exzellenter Betreuung der Studenten

von Charlotte Siegel und Daniel Tenzer

Hochherrschaftlicher Eingang zur University of South Carolina.

Endlich, nach zeitaufwändiger Vorbereitung (Toefl, GMAT, Auswahlgespräche, ärztliche Untersuchungen etc.) saßen wir im Flugzeug auf dem Weg ins Land der unbegrenzten Möglichkeiten und der Elitehochschulen. Unser Ziel: die Universtity of South Carolina/Darla Moore School of Business in der Hauptstadt Columbia des Staates South Carolina. Auch wenn diese Uni nicht in einem Atemzug mit Harvard, Kellogg oder Stanford genannt werden kann, so kann sich Ihr Erfolg und Anspruch doch sehen lassen (Nummer 35 in der Welt nach dem aktuellen Ranking der Financial Times).

Nach ca. 14 Stunden Flug erwartete uns etwas Wunderbares, das uns die nächsten Monate begleiten sollte: Hitze und Sommer fast das ganze Jahr über, was sich auch in der Kleidung widerspiegelt: T-Shirt, Shorts und Flip-Flops sind ein Muss und das mindestens bis Ende November. So ging es am ersten Tag an die Uni. Die Organisation und Betreuung insbesondere der Austauschstudenten sind exzellent. Zahlreiche Organisation helfen einem, sich so schnell wie möglich heimisch zu fühlen: Hilfe bei der Wohnungssuche, zahlreiche Orientierungsveranstaltungen auf dem Campus, erste Großeinkäufe, Ausflüge oder Kennenlern-Parties sind nur ein kleiner Vorgeschmack auf das, was uns erwarten sollte.

Auf der Campustour wird uns erst bewusst, wie groß diese Universität ist. An der USC studieren ca. 38.000 Studenten und das uni-eigene Footballstadion für das Team der South Carolina Gamecocks fasst 82.000 Menschen. Um sich nach und neben dem Studium etwas sportlich betätigen zu können, wurde ein neues Fitnesscenter erbaut. Es beherbergt sämtliche Indoor- und Outdoor-Sportaktivitäten, die man sich nur vorstellen kann (inkl. der höchsten Indoorkletterwand der USA), ist brandneu und sieht aus wie ein Tempel, der sämtliche bisher gesehenen Wellness- und Fitnessoasen in den Schatten stellt – und alles ist inklusive.

Auf dem Campus befindet sich eine kulinarische Auswahl von über 20 Restaurants inkl. sämtlicher bekannten Fast Food-, Donut- und Kaffee-Ketten. Jedes Mal, wenn wir über den Campus laufen, haben wir das Gefühl, in einem amerikanischen Film gelandet zu sein, eine Mischung aus Beverly Hills 90210, American Pie und Pleasant Ville. Sämtliche nur denkbaren Klischees werden hier erfüllt: Aufgetakelte Cheerleader, ein Laufsteg der Eitelkeiten, studentische Verbindungen mit ihren imposanten Häusern etc. Und dann gibt es da noch uns Internationals. Wir sind eine Mischung aus multikulturellen Individuen von allen Kontinenten der Erde, die jedoch zu den besten Freunden wurden und mittlerweile wieder überall auf der Welt verstreut sind – aber immer noch Kontakt halten. An der Business School waren wir 17 Austauschstudenten aus A(ustralien) bis Z(imbabwe) – eine internationale Familie.

Da die Rahmenbedingungen mehr als nur sehr gut waren, konnte dem Studium auch so gut wie nichts mehr im Wege stehen. Ein Vorteil gegenüber vielen anderen Auslandsprogrammen an anderen Hochschulen ist die Tatsache, dass man ausschließlich an MBA-Kursen teilnimmt, die zwar anspruchsvoller sind, aber einen hervorragend auf das Berufsleben vorbereiten. Das elitäre Denken ist hier sehr ausgeprägt, was wir auch immer wieder in den Vorlesungen zu hören bekamen. Auch auf der Straße wird man schon fast neidisch angesehen, wenn man sagt, wo man studiert oder jemand mitbekommt, dass wir an der Business School sind. Zudem sind und sehen wir Internationals altersbedingt vergleichsweise jung und grün hinter den Ohren aus, was das Erstaunen und die Verwunderung noch verstärkt. Und da war er nun der gefürchtete Schock: Schon nach den ersten zwei Vorlesungstagen wurden wir überhäuft mit Infomaterialien, Büchern, Todos und den hier so geliebten Case Studies. Alles dreht sich nur um Case Studies. In jedem Fach zu jeder Zeit. Da wir Deutschen weniger mit diesem Mysterium vertraut sind und an unsere Seminare und Hausarbeiten denken, wurde uns ganz anders zumute. Zum Glück haben die Amerikaner dann doch eine andere Auffassung zum Thema Umfang und Ausarbeitung. Der Umfang ist wesentlich geringer, und es geht meist eher um einfache schnelle Lösungen, was uns die Professoren auch schnell klar machten: Wir Deutsche seien eher die Theoretiker und werden nun lernen „how business is done“ und wie wir unser – zu unserem Erstaunen sehr gutes – angeeig-

American Football hat neue Fans gewonnnen.

netes Wissen der Hochschule Pforzheim, nun praxisorientiert anwenden können. Jedenfalls muss man sich hier auf jede Vorlesung vorbereiten, hat mehrere Artikel und Case Studies zu lesen, die dann in der Vorlesung ausgiebig diskutiert werden. Da hier die Klassen aus maximal 20 Studenten bestehen und die Mitarbeit in die Note mit einfließt, ist man gezwungen, am Unterricht teilzunehmen. Die Noten setzen sich aus mehreren Komponenten zusammen: Mitarbeit, Homework, Case Studies, Präsentationen, Gruppenarbeit und Klausur, wobei es hier etwas gibt, das wir bisher nicht kannten: „Take Home Exams". In diesem Fall wird die Klausur unter Vorgabe einer zeitlichen Frist zu Hause bearbeitet.

Die Atmosphäre innerhalb und außerhalb der Vorlesungen war phantastisch: man kennt sich untereinander, die Integration von uns Austauschstudenten war sehr gut, die Professoren kennen einen von Anfang an mit Namen und sind in jeder Hinsicht sehr hilfsbereit. Des Weiteren scheint es unausschöpfliche Quellen an Fördermitteln und Materialien (PCs, Drucker, Wireless Lan, Bibliotheken etc.) zu geben, die einem das Studieren so angenehm wie möglich machen.

Studieren in den USA klingt sehr arbeits- und zeitintensiv – ist es auch. Jedoch bleibt einem wirklich auch genügend Zeit für diverse Freizeit- und vor allem Reiseaktivitäten, besonders in den Ferien und an den Wochenenden, die hier schon Freitags beginnen. Amerika hat es sogar geschafft, in uns eine neue Leidenschaft zu wecken: American Football. Das anfänglich Handicap – absolut null Plan von dem Spiel zu haben – hat sich nach dem ersten Besuch im Stadion komplett gewandelt. Nach einer Einweisung in die hohe Kunst des Football sind wir nun große Fans unserer Uni-Mannschaft, die es regelmäßig schafft, unser Uni-Footballstadion mit den 82.000 Plätzen bis zum Zerbersten zu füllen. Jedes Heimspiel haben wir natürlich live mitverfolgt. Diese werden jedes Mal zelebriert wie ein Formel 1 Rennen am Hockenheimring komprimiert auf einen Tag, was sich Tailgate nennt. An diesen besagten Samstagen trifft sich Alles und Jedermann bereits ab 8 Uhr in der Früh vor dem Stadion, baut seinen geliebten Barbecue-Grill vor dem Pickup auf und zelebriert ausgiebig mit allerlei Essen und Bier den Football-Tag: die Party kann beginnen. Nach dem Spiel, das bei einer Live-Fernsehübertargung auf ESPN bis zu vier Stunden dauern kann, trifft man sich meistens wieder bei irgendeiner dieser Aftergame-Parties.

Darüber hinaus kommt man auch noch in den Genuss, an einigen traditionsreichen amerikanischen Festen teilzunehmen: Halloween und Thanksgiving. Beide waren ein Erlebnis und gespickt mit Klischees. Verkleidete Kinder, die von Haus zu Haus ziehen, um Schokolade zu ergattern und wilde Parties für alle anderen. Natürlich hat es sich die Uni nicht nehmen lassen und eine dieser

Unsere Wohnung – University Commons.

Parties veranstaltet. Thanksgiving hingegen war eher ein familiäres Beisammensein und so waren acht von uns bei einer Familie eingeladen. Diese hatten alles aufgeboten, was zu solch einem Mahl dazugehört inkl. 7 kg Turkey. Natürlich tragen auch unzählige Hausparties, Club- und Barbesuche zur Intensivierung und Stärkung des interkulturellen Verständnisses bei.

Da die meisten Wochenenden trotz des Arbeitsaufwandes zur Freizeitgestaltung zur Verfügung stehen, haben wir zahlreiche kleinere und größere Ausflüge unternommen. Atlanta, Myrtle Beach (der größte und längste Strand der USA ist nur 1,5 Stunden entfernt), die berühmten Südstaaten-Städte Charleston und Savannah waren einige der nahe gelegenen Ausflugsziele. Dank des steigenden Angebots an lowbudget Airlines waren auch Washington, New York, Chicago und Florida schnell und vor allem kostengünstig zu erreichen.

Alles in allem überwiegen die Faktoren Erfahrung und Spaß bei weitem den Stress und Aufwand vor und während des Studiums. Ein Studium an einer amerikanischen Universität lohnt sich auf jeden Fall, und keiner von uns beiden hat auch nur eine Minute von dem Abenteuer Amerika bereut. Es ist eher umgekehrt: Wir trauern noch heute ein wenig der Zeit nach, denn wir wurden aufs Herzlichste an der USC aufgenommen und konnten Freundschaften fürs Leben schließen, selbst mit den „ach so oberflächlichen Amerikanern“. Wir hatten die Chance, an einer der besten Unis von Amerika zu studieren und lernten Amerika selbst als ein sehr offenes und vor allem sehr interessiertes Land kennen. Natürlich vergessen wir hier nicht, dass wir die Sonnenseite eines Studiums erlebt haben, die nur den Amerikanern vorbehalten bleibt, die das nötige Kleingeld besitzen, um sich ein Graduate Studium zu leisten. Außerdem schätzen wir bis heute sehr unser Netzwerk, welches mittlerweile auf die ganze Welt ausgedehnt werden konnte. Und die heutigen Studenten wissen, wie einem ein solches Netzwerk einen erheblichen Vorteil gegenüber den vielen Konkurrenten im Rennen um die besten Jobs verschafft. Ganz zu schweigen von den persönlichen Erfahrungen, die ein solcher Auslandsaufenthalt mit sich bringt und die einen auf alle Fälle ein gutes Stück weiter bringen im Leben.

Deutsche Studenten an der University of South Carolina.

Die Autoren
Charlotte Siegel studiert Betriebswirtschaft/Marketing und absolviert zur Zeit ein Auslandspraktikum bei Daimler-Chrysler South East Asia, Sales and Marketing Mercedes Car Group in Singapur. Daniel Tenzer hat sein Marketing-Studium im Januar 2005 erfolgreich abgeschlossen.

Clemens Hartmann : „Faustregeln“ - Aspekte des Kampfsports.
Betreuer: Professor Uwe Lohrer und Hari Ehinger. *Foto: Harald Koch*

Impressionen aus einer ganz anderen Welt

Rotary-Club Pforzheim unterstützt ein Semester an einer indonesischen Universität

von Anne Schönstein

Warum willst Du denn nach Indonesien? Diese Frage wurde mir sehr oft gestellt, und auch hier in Indonesien wundern sich viele, weshalb ich eigentlich hier bin, in einem Entwicklungsland und vor allem, warum es mir auch noch so gut gefällt!

Nach Indonesien, genauer gesagt Yogyakarta, eine lebendige Studentenstadt auf Java, bin ich durch das Austauschprogramm mit der Gadjah Mada University gekommen. Die Gadjah Mada University, kurz UGM, ist eine der bekanntesten Universitäten in Indonesien. Mich hat das Austauschsemester gereizt, weil ich an der UGM neben dem Bereich ‚Management' auch Fächer aus dem Bereich ‚Development' belegen konnte. Außerdem wollte ich das Leben in einem Entwicklungsland kennen lernen.

Glücklicherweise habe ich vom Rotary-Club Pforzheim die Zusage für ein 5-monatiges Stipendium erhalten und nachdem auch das Visaproblem vorerst geklärt war, konnte die Reise zusammen mit zwei anderen Studentinnen beginnen.

Ich möchte mehr über das Leben hier schreiben und den Uni-Teil etwas vernachlässigen, denn ich denke, dass das Prägende bei einem Auslandsaufenthalt in Indonesien weniger der Unterrichtsstoff ist als die Erfahrungen außerhalb des Unigebäudes. Es fällt mir sehr schwer, die Erfahrungen aus neun Monaten in ein paar Seiten zu packen, denn im Grunde ist alles anders: Kultur, Sprache, Religion – Indonesien ist die größte islamische Nation der Welt, – Gewohnheiten, Bräuche, etc.

Meine Kommilitonen kamen aus Deutschland und Dänemark und aus Indonesien. Der interkulturelle Austausch innerhalb des Unterrichts war daher weniger intensiv, als ich es bei meinem vorherigen Austauschsemester an der Hiroshima University of Economics in Japan erlebt habe. Dort war die Gruppe gemischter, und der Unterricht hat sich inhaltlich mehr auf die Erfahrungen, die wir Studenten aus Portugal, Frankreich, Indonesien!, China und Mexiko hatten, bezogen. Außerdem war das gesamte Programm in Japan durchorganisierter. Es gab Begrüßungs- und Abschiedszeremonien sowie spezielle Exkursionen für uns Austauschstudenten. Hier in Indonesien waren wir einfach Teil des normalen Studienablaufs. Grundsätzlich unterscheidet sich der Unterricht hier, wie es auch in Japan der Fall war, darin, dass deutlich mehr Vorbereitung für den Unterricht notwendig ist als in Pforzheim. Die Noten setzten sich aus Mitarbeit, Präsentationen, Papers und teilweise Zwischen- und Endprüfungen zusammen. Leider wurde uns von der Universität kein kostenloser Sprachkurs angeboten, wie ich es aus Japan kenne. Daher haben wir drei Pforzheimerinnen einen Kurs in einer Sprachschule gemacht.

Karimunjawa, Insel in der Nähe von Semarang, Nord-Zentral Java.

Im Unterschied zu manch' anderen Austauschprogrammen waren wir in Yogya, wie man die Stadt nennt, ziemlich auf uns alleine gestellt. Das bedeutet, dass die ersten ein bis zwei Wochen unter anderem damit ausgefüllt waren, ein Zimmer zu suchen und Formalitäten wegen des Visums zu regeln. Dieses Unternehmen war schon ein Erlebnis, denn die Art zu wohnen kann, wie bereits erwähnt, sehr anders sein und da wir die ersten Austauschstudenten aus Pforzheim waren, konnten wir nicht auf wertvolle Tipps zurückgreifen. Aber nichts ist unmöglich, und Indonesier sind sehr hilfsbereit.

Nach langem Suchen haben wir uns dafür entschieden, in einem ‚Kost' zu wohnen. Ein ‚Kost' wäre in Deutschland wohl wenig erfolgreich. Ich wohne mit 10 anderen Studentinnen zusammen. Jede hat ein Zimmer mit eigenem Bad. In der Mitte wohnt unsere "Hausmutter". Es gibt einen Aufenthaltsbereich mit Kochgelegenheit und TV. Außerdem gibt es einen "Waiting room", der wichtig ist, da männliche Freunde nicht in das Kost hinein dürfen! Das Tor wird jeden Abend um 22.00 Uhr abgeschlossen. In meinem Fall ist es jedoch so, dass wir alle einen Schlüssel haben und daher auch noch später nachhause kommen können. In anderen Häusern ist es durchaus üblich, dass man, nachdem abgeschlossen wurde, nicht mehr hinein kann. Ich bezahle jeden Monat Rp 250.000, das sind knapp 25 Euro. Das hört sich sehr günstig an und ist es auch, wenn man in Euro rechnet, allerdings können sich viele meiner indonesischen Freunde das nicht leisten. Das mandi, also das Badezimmer, ist deutlich von unsern

7am. Frühstück am Samas Strand, ca. 1h von Yogya entfernt. Leider kann man an keinem dieser südlich von Yogya gelegenen Strände baden.

deutschen Bädern zu unterscheiden. Die Toilette ist eine "Hocktoilette", und es gibt keine Dusche, sondern eine Art Becken, das man mit Wasser füllt, mit dem man sich dann außerhalb des Beckens mit einer Kelle übergießt; ich rede hier von einem ziemlich nassen kleinen Raum.

Ansonsten ist wohl noch interessant zu erwähnen, dass es keine Klimaanlage gibt und dass es selbst jetzt, – nach so vielen Monaten – immer noch heißer und schwüler werden kann. Mein Zimmer verwandelt sich immer mehr in eine Sauna bei Temperaturen von ca. 30 Grad und einer Luftfeuchtigkeit von ca. 80 Prozent.

Die Küche benutze ich kaum. Ich esse meistens in so genannten Warungs. Das sind kleine Hütten, oft entlang der Strasse. Frühstück, Mittagessen und Abendessen unterscheiden sich unwesentlich. Und im groben kann man sagen, dass ein Essen ohne Reis kein richtiges Essen ist. Zu meinem Vergnügen ist es hier durchaus üblich, mit den Händen zu essen, oder besser gesagt mit der rechten, da die linke Hand als unrein gilt.

Womit ich bei den Menschen wäre. Ich habe hier sehr leicht Kontakt schließen können, denn die Indonesier sind sehr offen und freundlich. Individualismus wie in Deutschland ist wenig zu finden und die von uns Deutschen so geschätzte Zeit alleine ist hier eher unverständlich.

Besonders deutlich wurde dieser Zusammenhalt nach der Tsunamikatastrophe im Dezember. Es haben sich viele Studenten zusammengeschlossen um zu helfen. Der Beitrag von uns drei Pforzheimerinnen lag darin, dass wir geholfen haben, Kleidung zu sortieren und Spenden aus Deutschland zu sammeln. Insgesamt kam eine Summe von ungefähr 2000 Euro, zusammen. Die Spenden wurden verwendet, um die Freiwilligen auszustatten, die nach Aceh gereist sind sowie natürlich für die Opfer selbst.

Neben dieser Katastrophe gibt es allerdings noch viele andere Probleme in Indonesien. Eine Mittelschicht wie in Deutschland ist hier kaum zu finden, und ein Monatslohn kann durchaus bei nur 50 Euro liegen. Umso faszinierender finde ich es, wie viel Lebensfreude hier herrscht. Es wird viel gelacht, viel Musik gemacht – es gibt unzählige Studentenbands in Yogya.

Ich habe in der vorlesungsfreien Zeit, neben natürlich auch touristischen Trips, viele Ausflüge mit Freunden gemacht, die in Nichtregierungsorganisationen tätig sind oder sich einfach für das Leben ihrer Mitmenschen interessieren. So habe ich das Leben besser kennen gelernt. Und wenn ich hin und wieder einen Abend mit Straßenkindern hier in Yogya verbringe, komme ich mit gemischten Gefühlen nach Hause. Hilflosigkeit, Ärger, aber auch Freude über den

Gunung Kidul, 60km östlich von Yogya. Die Blätter, die wir in diesem Bild in Streifen schneiden, werden zuerst gekocht, dann getrocknet und am Ende zu Taschen oder Schuhen verarbeitet.

Die Autorin als Brautjungfer auf einer indonesischen Hochzeit

schönen Abend, denn auch wenn sie es noch so schwer haben, lassen sie den Kopf nicht hängen, leben ihr Leben und empfinden keinen Ärger mir gegenüber, obwohl die Kontraste größer kaum sein könnten.

Schade ist nur, dass mein Indonesisch noch nicht gut genug ist, um eine komplexere Unterhaltung zu führen. Da hier jedoch ‚Zeit' anders aufgefasst wird als in Deutschland, ist es kein Problem, wenn die Unterhaltung aufgrund des Übersetzens etwas länger dauert.

Je länger ich hier bin und je mehr ich von den Menschen mitbekommen habe, um so klarer wurde mir, dass ein halbes Jahr einfach nicht ausreichend ist, um dieses Land mit seinen unzähligen Inseln, verschiedenen Sprachen, verschiedenen Kulturen etc. auch nur annähernd zu begreifen. Außerdem wollte ich einen besseren Einblick in die Arbeit von Nichtregierungsorganisationen (NGO) bekommen. Glücklicherweise haben sowohl die Hochschule, als auch die UGM meinem Plan zugestimmt, den Aufenthalt zu verlängern. So konnte ich, nachdem das lästige Thema Visum geklärt war – was eine Ausreise nach Kuala Lumpur bedeutete – in Indonesien bleiben.

Ich arbeite nun an meiner Diplomarbeit bei INSIST – the Institute for Social Transformation. INSIST wurde 1997 gegründet und hat sich darauf spezialisiert, die Zivilbevölkerung zu stärken durch die Entwicklung des Leistungsaufbaus anderer Nichtregierungsorganisationen, sozial-religiösen Organisationen sowie von Führungspersonen von Gemeinschaften. Das Hauptaugenmerk liegt auf der demokratischen Entscheidungsfindung besonders unter Berücksichtigung von Geschlechter-, Umwelt- und Menschenrechtsfragen. Momentan gibt es verschiedene Trainingsprojekte zur Stärkung und Erhöhung indonesischer Nichtregierungsorganisationen.

Ich evaluiere ein neues und recht einzigartiges Programm, das sich ‚Sekolah Perempuan' nennt. Übersetzt: Social Transformation School for Women. Es ist ein Programm exklusiv für Frauen, die größtenteils im grassroot level als Community Organiser tätig sind. Das einjährige Programm hat mit einem 3-wöchigen Training begonnen. Die Hauptthemen waren Nahrung, Energie, Gesundheit, sowie Household-economy. Ein Bestandteil des Trainings war ein 1-wöchiger Fieldtrip, der sich auf die vier Hauptthemen bezog. Ich habe die Gruppe begleitet, bei der es um das Thema Energie ging. Vor Ort ging es dann speziell um Biogasproduktion. Die Frauen haben sowohl Dorfmitglieder besucht, die selbst Biogas produzieren, als auch diejenigen, die sich gegen oder bisher noch nicht für diese Art der Energiegewinnung entschieden haben. Durch diese Methode sollten die Frauen lernen, was alles bei einem neuen Projekt oder beim Organisieren einer Gruppe zu beachten ist, wo Schwierigkeiten liegen und wie diese behoben bzw. verhindert werden können. Natürlich war dieser Ausflug für mich nicht nur interessant, sondern auch anstrengend, denn es wurde nur Indonesisch gesprochen. Allerdings war ich nicht ganz alleine, denn auch wenn die Frauen alle aus Indonesien kommen, hatten diejenigen, die nicht aus Java kamen, auch kleine Schwierigkeiten. Besonders ältere Dorfbewohner sprechen oft nur Javanesisch und nicht die offizielle Landessprache Bahasa Indonesia.

Das Bildungsniveau ist ebenfalls unterschiedlich. Die Herausforderung liegt daher darin, ein Training zu bieten, das alle Teilnehmerinnen voranbringt, das niemanden unterfordert oder überfordert.

Neben der Evaluierung des 3-wöchigen Trainings hier in Yogya habe ich noch einige Frauen besucht um zu sehen, wie die ersten Schritte, Diskussionen mit ihren Organisationen verlaufen sind. Denn langfristig lässt sich das Programm nur dadurch beurteilen, inwiefern die Frauen ihr neues Wissen und ihre neue Motivation tatsächlich umsetzen konnten.

Leider war die Zeit nun letzten Endes doch wieder zu kurz, und es wartet noch ein letztes Semester in Pforzheim auf mich. Ich denke, dass ich nicht das letzte Mal in Indonesien war, denn trotz Armut, Korruption, Smog, Lärm und Umweltverschmutzung, etc. (um auch noch die negativere Seite aufzuzeigen) haben mich dieses Land und besonders seine Menschen schlicht und ergreifend gefesselt.

Die Autorin
Anne Schönstein studiert Betriebswirtschaft / Markt- und Kommunikationsforschung.

Luzia Vogt: Spuren. Diplomarbeit.
Betreuer: Professorin Johanna Dahm und Professor Matthias Kohlmann. *Foto: Harald Koch*

„Eine meiner besten Entscheidungen“

Zur Nachahmung empfohlen: Ein Masterstudium in Australien

von Marco Bendel

Zurück zum Start... Im April 2004, während meiner befristeten Anstellung bei der SAP AG in St. Leon-Rot, berichtete mir ein Arbeitskollege (ein Master-Student der Uni Koblenz) von seinem einsemestrigen Studienaufenthalt in Wollongong, Australien. Dies hörte sich zunächst zwar spannend an, war jedoch für mich persönlich von weniger Relevanz ... damals. Ende Juni erfuhr ich dann vom Einstellungsstopp in „meinem“ SAP-Umfeld, was „nach meiner Zeit“ (im Dezember 2004) sogar in der Auflösung der Abteilung endete. Damals zerplatzte dann schon ein kleiner Traum, denn über die Vorzüge eines Arbeitsplatzes in dieser Firma lässt sich schwer streiten...

Neben einigen Bewerbungen bei potenziellen Arbeitgebern befasste ich mich auch mit dem Thema Postgraduate Studies im englischsprachigen Ausland. Mein Englisch befand sich zu diesem Zeitpunkt – dank SAP Unternehmenssprache – auf deutlich gesteigertem Niveau.

Dank der informativen Website des Instituts Ranke-Heinemann konnte ich mir einen guten Überblick über die Anforderungen für einen Studienaufenthalt in Australien oder Neuseeland verschaffen. Die erste Aktion war dann das Erstellen des obligatorischen Study-Transcripts. In Zusammenarbeit mit Herrn Schwarz von der Hochschule konnte diese erste „Hürde“ zügig gemeistert werden – nochmals Danke!

Natürlich war auch ein Nachweis der Sprachkenntnisse erforderlich – IELTS oder TOEFL. Ich entschied mich für den IELTS, welchen ich Mitte August erfolgreich in München absolvierte. Nach zahlreichen weiteren Detailarbeiten, wie der Angabe eines Academic Referee von der Hochschule Pforzheim (Thx, Frau Wehner) hatte ich Mitte September meine Bewerbungsunterlagen für die ausgewählten Unis zusammengestellt: Universiteit van Stellenbosch (Südafrika), Victoria University of Wellington (NZ), University of Otago (NZ), & University of Western Australia.

Zu diesem Zeitpunkt lief das alles jedoch eher unter dem Motto „die Option offen halten“. Nach diversen Vorstellungsgesprächen bis zu meiner „persönlichen Deadline“ Ende November bekam ich am 3. Dezember 2004 einen Offer Letter der University of Western Australia (UWA, Perth) mit einem Studienplatzangebot für die Studiengänge Master of Electronic Marketing & Information Management, sowie Master of E-Business. Hurra!

Natürlich wollte ich noch die Antworten auf meine weiteren Bewerbungen abwarten, wobei diese Uni glücklicherweise mein Favorit war. Nachdem die anderen Universitäten bis „kurz vor Weihnachten“ keine definitive Aussage fällen konnten, entschloss ich mich, das Angebot der UWA für den Master of E-Business anzunehmen: Ein zweisemestriges Masterstudium mit einer Fächerkombination, die komplett meinen Wünschen entsprach.

Nun ging es an Visum, ärztliche Untersuchungen, internationalen Führerschein, etc. Anfang Januar buchte ich mir einen Flug bei Singapore Airlines für den 9. Februar Frankfurt – Singapore – Perth. Die Zeit verging wie im Fluge, sämtliche Unterlagen waren zusammengestellt, und nach einem tollen Abschiedsfest mit mei-

Der Durchgang zum riesigen Campus, von der Campusseite aus gesehen.

nen Freunden am 4. Februar begann der Countdown...

Frühmorgens um 0:45h erreichte ich dann Perth nach einem strapaziösen Trip über knapp 20 Stunden… Schnell konnte ich feststellen, dass meine Kleidung (Jacke, Strickpulli und Jeans) etwas übertrieben war, gefühlte 30° C um diese Uhrzeit waren Beweis genug. Alles verlief reibungslos ... jedoch musste ich innerhalb der ersten Woche einen echten Culture-Shock überwinden – trotz des relativ „westlichen" Australiens: Die Sprache, das Klima, das Wohnheim...

Mittlerweile wohne ich mit zwei Aussies in einer WG und fühle mich ganz gut integriert. An der Uni habe ich einen Schweizer Kollegen zum Austausch in heimischer Sprache und auch ansonsten lässt diese Uni keine Wünsche offen: der Campus ist ein Traum, die Dozenten allesamt freundlich, und auch die bunt gemischten Vorlesungen sorgen für Unterhaltung: Vor allem lernfreudige Asiaten, australische (Urlaubs-) Studenten, selbstbewusste US-Amerikaner und eine Handvoll Europäer.

Der Arbeitsaufwand für eine Unit an der UWA ist dank umfangreicher Literaturvorgaben recht hoch. Auf der anderen Seite fällt einem dann das aufmerksame Verfolgen einer Vorlesung viel leichter, was vor allem zu Beginn meiner Zeit hier sehr hilfreich war. Die Benotung läuft über das gesamte Semester verteilt, mit einem Maximum von 100% per Unit. Darunter fallen dann in der Regel zwei Klausuren (Mid-Term & Final, ca. 20-25% jeweils), ein Major Assignment (Projekt mit 2 Präsentationen und einer Hausarbeit; übers gesamte Semester, ca. 40%), sowie kleinere Assignments (Online-Foren, Mitarbeit, Hausarbeiten, ca. 10-15%).

Diese Benotung ist meiner Meinung nach deutlich besser als eine einzige Prüfung am Semester-Ende: Zum einen muss man die ganze Zeit am Ball bleiben, was für mich persönlich den Lerneffekt deutlich erhöht; Zum anderen ist eine Unit nicht aufgrund einer schlechten Prüfung dahin. Generell geben die Dozenten ein Buch aus, welches die Vorlesungen

Mein internationales 'Global Marketing Strategy Projekt-Team': Andrew (Malaysia), ich (Germany), Lilian (Singapore), & Willie (Taiwan). Lilian ist schwanger und hofft, dass das Kind in den Semesterferien kommt und sie Mitte Juli gleich weiterstudieren kann…

am besten abdeckt, wie z.B. „Glen L. Urban: Digital Marketing Strategy" für das Fach Electronic Marketing. Die Uni hat einen Buchhandel auf dem Uni-Campus und stellt diese vorgegebenen Bücher in größeren Mengen bereit, was natürlich eine zusätzliche sehr gute Einnahmequelle ist. Außerdem werden zig UWA-Merchandising-Artikel angeboten, was irgendwie auch recht gut ankommt.

Das Leben hier in Perth ist aufgrund des hervorragenden Klimas sehr angenehm. Die Leute sind offen und hilfsbereit, und es wird für jeden Geschmack etwas geboten: Der Kunstinteressierte geht in den Hafenstadtteil Fremantle, der Ausgehfreudige sucht eher Leederville oder Northbridge auf, der Cafe- und Restaurantinteressierte wird an Subiaco nicht vorbeikommen, und der Sportsfreund geht ins Subiaco Oval, um seinem Aussie-Football Team zuzujubeln – eine der Glaubensfragen hier. ;-)

Natürlich gibt es auch traumhafte Strände, die zum Baden und Surfen einladen. Das hat natürlich schon was, nach der Vorlesung noch schnell an den Strand, um den Sonnenuntergang am indischen Ozean zu betrachten. In den Semesterferien werde ich versuchen, so viel wie möglich von diesem riesigen Land/Kontinent zu sehen: Der Trip nach Sydney und Darwin ist bereits gebucht, und der Novembertrip nach Melbourne und Neuseeland steht fest in meinem Planer. Für Kurztrips bietet sich die Insel Bali an.

Meine bisherigen Erfahrungen hier haben mir gezeigt, dass der Weg in die Ferne eine der besten Entscheidungen meines Lebens war. Jeder, der mit dem Gedanken eines Semesters im Ausland spielt (oder eines kompletten Studiums), sollte Australien ernsthaft in sein Relevant Set aufnehmen. Diese Remote-Area wird voraussichtlich nicht in jedem CV auftauchen… ist allerdings auch nicht ganz günstig!

Cheers mates! Marco

Der Autor
Marco Bendel hat ein Diplom im Studiengang Betriebswirtschaft/ Markt- und Kommunikationsforschung und nach 13 Monaten Berufserfahrung bei SAP ein Masterstudium an der University of Western Australia in Perth aufgenommen.

„Saudade“, „amanha“-Zeit und interkulturelle Selbsterfahrung

Impressionen eines Auslandssemesters in Lissabon

von Sven Weiche

Mitte Februar 2004 gingen Andreas Lehmann und ich unser letztes Studiensemester Markt- und Kommunikationsforschung an. Zum Abschluss hatten wir es uns als Ziel gesetzt, im Ausland eine neue Kultur und Sprache kennen zu lernen, in einem internationalen Umfeld zu studieren und etwas Sonne zu tanken – was uns direkt zur Bewerbung für Lissabon führte. Nachdem alle organisatorischen Hürden (incl. TOEFL-Test) genommen waren, entschlossen wir uns, die 2.500 Kilometer mit dem Auto zu überwinden. Im Nachhinein betrachtet die richtige Entscheidung. Günstiger wäre der Flug mit einer Billig-Airline gewesen, jedoch hatten wir den Vorteil, eine Unmenge an Gepäck mitnehmen zu können und die tolle Landschaft zwischen Frankreich und Portugal zu genießen. Zusätzlich waren wir während des Studiums mobil, was Ausflüge in die verschiedenen Regionen Portugals ermöglichte.

Portugal hat insgesamt rund 11 Millionen Einwohner, ca. 2,5 Mio. davon leben in Lissabon. Mit etwa 250.000 Ausländern (davon 100.000 aus Afrika, 50.000 aus Brasilien, 40.000 aus Indien, China und der Ukraine) ergibt sich ein multikulturelles Stadtbild, das sich in Basaren, Restaurants und der Musik in den Bars und auf der Straße niederschlägt.

Lissabon ist die westlichste Stadt des kontinentalen Europas und liegt mehr oder weniger in der Mitte des Landes, ungefähr 300 km von der Algarve im Süden und 400 km von der nördlichen Grenze zu Spanien entfernt. Die Lisboetas weigern sich, eine typisch europäische Großstadt zu werden. So gibt es neben protzigen Bürokomplexen, dem modernen Metro-Netz und den riesigen Shoppingcentern noch immer die nostalgischen Trams aus der Zeit der Jahrhundertwende, Baudenkmäler aus der Seefahrerzeit und altertümliche Cafe-Häuser. Die labyrinthähnlichen älteren Teile der Stadt (Alfama, Gracia, Bairro Alto) gleichen einer Medina. Zwischen den bröckelnden Häuserfassaden hängt die Wäsche zum Trocknen vor den Fenstern, die Gassen sind noch wie früher nach Handwerksarten aufgeteilt.

Tagsüber sieht man geschäftige Businesspeople und Studenten, die gestylte Upper-class Lissabons beim Shoppen, einige wenige Touristen, traditionell gekleidete afrikanische Menschentrauben, erschreckend viele behinderte Bettler, jede Menge Polizisten und Bauarbeiter, Straßenkünstler und Taxifahrer. Über der ethnischen Vielfalt, dem Sprachengewirr und dem bunten Getümmel auf den Straßen herrscht jedoch die berühmte portugiesische Gemächlichkeit, und genau dies macht auch den Charme Lissabons aus. Wie chaotisch eine Situation auch erscheint, Portugiesen bewahren die Ruhe, und verschieben das Problem auf „amanha” (was morgen, übermorgen oder gar nicht bedeuten kann). Es dauerte doch einige Wochen, bis wir uns an die „Verlangsamung“ des Alltags gewöhnt hatten – unendliche Warteschlangen (man muss Nummern ziehen beim Metzger, im Postamt, im Copy-Shop, im Fitness-Studio, am Fahrkartenschalter etc.), spontan geänderte Öffnungszeiten oder auch das Ausmaß an nicht funktionierenden elektronischen Geräte (Bankautomaten, Metro-Kartenkontrolle, Internetcafes, copy-shops usw.) – in Portugal dauert einfach alles etwas länger.

Gegen Abend wandelt die Stadt ihr Gesicht. Die Gemächlichkeit wird entweder zur „saudade“ (umschreibt die leicht melancholische Grundstimmung der Portugiesen irgendwo zwischen Sehnsucht, Heim- und Fernweh) oder zur Feierlaune (diese kommt regelmäßig aber erst nach Mitternacht auf). Die „saudade“ wird durch den Klagegesang Fado zum Ausdruck gebracht, der abends aus den Restaurants zu hören ist. Man ißt „Naco na Pedra“ (Fleisch vom heißen Stein), „Bacalhau“ (Kabeljau) und traditionelle „Caldo Verde“ (eine Art Kohlsuppe) in relativ günstigen kleinen Kneipen. Sardinen oder „Bifana” (so was wie ein „Steakweck“, dient als Döner-Ersatz) werden auf offenem Feuer gegrillt und auf der Straße verkauft. Dazu gibt’s portugiesisches Bier oder frische Sangria, nach dem Essen die obligatorische „bica“ (Espresso).

Romantische Gassen in der Alfama, dem alten Stadtviertel Lissabons.

Aber auch die Armut wird nachts noch deutlicher spürbar. Straßen, in denen tagsüber teure Mode verkauft wird, dienen nach Sonnenuntergang der Prostitution und dem Drogenhandel. Gruppen von kriminellen Straßenkindern, Drogenabhängigen und Taschendieben lassen einige

Viertel der Stadt zu berüchtigten Tabuzonen werden. Leider wiederfuhr es trotz vieler Warnungen vielen Studenten, in irgendeiner Art und Weise beraubt zu werden – war es bei den einen „nur“ Geldbeutel oder Handy, wurden andere verletzt oder komplett beraubt. Meidet man allerdings in der Dunkelheit bestimmte Gegenden und bewegt sich mit etwas Verstand durchs Nachtleben, sollte man sich in aller Regel derartigen Problemen entziehen können.

Neben diesen etwas schwierigen Umständen bietet Lissabon jedoch ein Nachtleben der Superlative. Es gibt für jeden Geschmack, jeden Geldbeutel und zu jeder Uhrzeit eine Möglichkeit auszugehen und Spaß zu haben. Etwas gewöhnungsbedürftig ist der Ausgeh-Rhythmus allerdings schon: Man geht so gegen 21.30 Uhr essen, gegen 0.00 Uhr in eine Bar und keinesfalls vor 02.00 Uhr in einen Club. Es gibt einige Clubs, die gar nicht erst vor 06.00 Uhr öffnen. Die günstigen Taxis bieten die ideale Möglichkeit, zwischen den verschiedenen „Party-Vierteln“ zu wechseln. Das wohl berühmteste ist das Bairro Alto (Oberstadt), ein Gewirr aus alten Gassen, in dem allabendlich ein einziges Straßenfest gefeiert wird. Internationale Bars mit Live-Musik, Jazzkeller, Fado-Bars, Restaurants, Szene-Clubs, unzählbare Kneipen, Kunstateliers mit Videoinstallationen usw. – die meisten jedoch holen sich einfach etwas zu trinken und ziehen bis morgens durch den Trubel auf den Straßen.

Lissabon ist eine Stadt im Umbruch: an jeder Ecke wird gebaut, das Metro-Netz ständig erweitert, alte Stadtteile werden saniert, Kriminalität und Armut bekämpft. Die Portugiesen möchten nicht länger das „Armenhaus Europas“ sein. Überhaupt berichten die Lisboetas gerne und voller Stolz über Leistungen ihrer Landsleute und (vermeintliche) Superlative – Vasco da Gama und die nach ihm benannte längste Brücke Europas, das größte Shoppingcenter Europas „Colombo“, das zweitgrößte Ozeanarium der Welt im modernen EXPO-Gelände, Europas ältestes Cafehaus am Rossio, die Erfolge der Fußball-Teams oder auch die Qualität ihrer Weine.

Vergleiche mit Spanien sollte man tunlichst unterlassen. Zum Ärger der Portugiesen wird ihr Land immer noch häufig für einen Teil Spaniens gehalten und Portugiesisch für einen Dialekt des Spanischen – beides passt nicht wirklich zum ausgeprägten Nationalstolz.

Daneben sind die Portugiesen jedoch ein sehr herzliches und freundliches Volk. Sie sind i.d.R. offen für Neues und finden immer einen Grund zu feiern. Die häufig auftretende anfängliche Zurückhaltung ist leicht als Desinteresse zu missverstehen. Man sollte sich davon aber nicht abschrecken lassen. Nahezu jeder spricht fließend Englisch, jedoch sind Portugiesen häufig zu schüchtern es einzusetzen. D.h. entweder schnell Portugiesisch lernen oder einfach selbst den Erstkontakt suchen.

Pode falar um pouco mais devagar, faz favor? „Könnten Sie bitte etwas langsamer sprechen?“ wurde zu einer der wichtigsten Fragen, die wir im Portugiesisch-Sprachkurs an der ISCTE (sprich: ischgtä) lernten. Im Portugiesischen werden die Wörter nämlich nicht einzeln ausgesprochen, sondern in Sprecheinheiten miteinander verbunden, was ein unheimliches Sprechtempo ermöglicht (und sich für den Laien wie Russisch mit arabischem Akzent anhört).

Die Partneruniversität ISCTE befindet sich am nördlichen Stadtrand von Lissabon, auf dem riesigen Campusgelände „Cidade Universitária“. Neben der ISCTE finden sich hier die Gebäude der Universidade Lisboa, mehrere Kantinen, Bibliotheken sowie eine Vielzahl an Sporteinrichtungen.

Die ISCTE gilt neben der Lissabonner Privatschule Catolica und den Universitäten von Coimbra und Porto als eine der bekanntesten BWL-Hochschulen Portugals. Neben

Sehr empfehlenswert: das Comparative International Management Seminar bei Professor Robalo mit einigen Studenten aus Pforzheim: 2.v.r. Julia (Marketing), 3.v.r. Claudia (IB), 4.v.r. Tatjana (Mafo), 5.v.r. Ricardo (IB), 2.v.l. Sven (Mafo) und 6.v.l. Andreas (Mafo).

ERASMUS-Koordinator N'Zeke Santiago und Sven Weiche während der Fußball EM.

dem Wirtschaftszweig ergänzen eine soziologische und eine technische Fakultät das Studienangebot. Sie unterscheidet sich im wesentlichen von den anderen Universitäten durch ihren hohen internationalen Anspruch und den für portugiesische Verhältnisse eher lockeren Umgangsstil. Dies macht sich in erster Linie dadurch bemerkbar, dass nur selten die traditionelle Studentenkluft getragen wird (schwarzer Anzug & Krawatte, weißes Hemd, schwarzer Umhang, buntes Stoffband zur Kennzeichnung des Studienfachs). Auch sind die traditionellen Studentenverbindungen zwar vorhanden, haben jedoch weit weniger Bedeutung als beispielsweise in Coimbra, der Studentenstadt im Norden Portugals (hier steht übrigens die zweitälteste Universität Europas).

Das Gebäude der ISCTE bietet ein Betonlabyrinth mit vielen Überraschungen. So gibt es neben Hörsälen aus dem Gründungsjahr 1975 (hat doch schwer an die Grundschulzeit erinnert) neue Gebäudeteile mit einer modernen Bibliothek und neuen Vorlesungsräumen (die jedoch genau so klein und unbequem sind wie die alten). Insgesamt 3 Cafe-Bars stehen direkt in der ISCTE zur Verfügung. Hier gibt es so ziemlich alles, was man für den Studentenalltag so braucht, und das richtig günstig. Zieht man sich dann noch auf eine der beiden Dachterrassen zurück, kann man auch den oft unnötig langen Vorlesungstag angenehm verbringen (Vorlesungstage von 8.00 – 21.30 kommen durchaus zustande, insbesondere die verschiedenen Sprachkurse finden am späten Nachmittag statt).

Die technische Ausstattung ist – verglichen mit der Hochschule in Pforzheim – eher dürftig. Die wenigen funktionierenden PC-Plätze sind hart umkämpft und leider oftmals stundenlang belegt. Hat man einen Rechner ergattert, gehören eine Portion Glück und einige Stoßgebete dazu, ins Internet zu gelangen. Die Rechner sind teilweise doch extrem veraltet, meistens fehlen USB-Eingang, Disketten- oder CD-Laufwerk. Als einzige Lösung bietet es sich an, per Notebook Anschluss ans Netzwerk zu erhalten (Antrag dauert leider 1-2 Monate). Hilfreich ist der große copy-shop im Keller des Gebäudes (DANKA). Allerdings hat man es auch hier mit „Nummern-Ziehen“ und einer Warteschlange zu tun. Interessant war es auch, aus portugiesischen Listen die notwendigen Skripte herauszusuchen und im copy-shop zu bestellen – vor allem, weil keiner der Mitarbeiter Englisch spricht.

Genial hingegen ist das Sportangebot. Neben verschiedenen Hochschulteams (Volleyball, Fußball etc.) gibt es zwei große neue Hallenbäder, sehr gut ausgestattete Fitnessstudios und zig Individualsportarten. Gewöhnungsbedürftig ist nur der Gang zum Arzt im Vorfeld. Ohne ärztliche Genehmigung keine Zulassung zum Sport.

Was die Vorlesungen angeht, so haben sich einige ERASMUS-Studenten der letzten Semester wohl daneben benommen. Daher hat die ISCTE beschlossen, Abhilfe per Beschäftigungstherapie zu schaffen. So sind jetzt für jedes Fach kontinuierlich Arbeiten abzuliefern oder Präsentationen zu halten. Die Noten setzten sich nach verschiedenen Notenschlüsseln (teilweise mehr als undurchsichtig, die Professoren haben hier alle Freiheiten) zusammen. Einbezogen wurden neben der Klausur die Präsentationen und Hausarbeiten, Mitarbeit und Anwesenheit.

Es gab aber natürlich auch Lichtblicke, insbesondere Comparative Management; hier haben wir zu interkulturellem Marketing viel dazu gelernt. Vor allem ließ sich das Gelernte gleich an der Praxis überprüfen. Immerhin waren wir knapp 80 ERASMUS-Studenten aus 14 Ländern, was zu einigen kulturbedingten Erkenntnissen führte. Auch International Marketing zeichnete sich durch praxisnahe Fallbeispiele und einen hochmotivierten Professor aus.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass ein Studium an der ISCTE sich für alle lohnt, die vorhaben, eine internationale Tätigkeit anzugehen. Über kulturbedingte Besonderheiten im internationalen Business lernt man einiges dazu und wird auf völlig neue Sichtweisen gebracht. Auch das Thema Globalisierung, Unternehmens-Ethik und die Verantwortung des einzelnen Managers in seinem internationalen Handeln stehen im Mittelpunkt der Lehrziele. Marktforschung ist Bestandteil nahezu jeder Marketingvorlesung, die daneben von ei-

nem hohen Einsatz verschiedener theoretischer Instrumentarien gekennzeichnet sind. Als Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium könnte man somit Grundkenntnisse in Marketing und vor allem Marktforschung nennen sowie eine gewisse Affinität zu Fallstudien. Man sollte in der Lage sein, frei und auf Englisch ein Fachthema zu präsentieren. Man muss sich bewusst machen, zumindest quantitativ einen wesentlich höheren Aufwand zu betreiben als es in Pforzheim der Fall ist.

Mittags kauft man sich entweder etwas auf der Straße (z.B. Bifana 2,50) oder geht in eine Kantine oder Mensa. Als Student sollte man das Angebot der 3 großen Mensen annehmen. Für 1,80 gibt es mittags und abends ein vollständiges Menü (Fisch, Fleisch oder makrobiotisch). Dies hilft doch erheblich beim Sparen, es gibt genügend andere Möglichkeiten, sein Geld in Lissabon auszugeben. Außerdem geben die Kantinen zumindest an, nur ausgewogene und gesunde Menüs anzubieten. Wer Fisch mag, kommt hier täglich auf seine Kosten.

Früchte und Gemüse sind teuer, in der Saison jedoch günstig bei kleineren Händlern zu erhalten. Auch Milchprodukte, Fruchtsäfte und TK-Kost liegen deutlich über dem deutschen Preisniveau.

Durch die vielen ausländischen Studenten ist das Angebot an möblierten Zimmern zwar hoch, jedoch sind die wenigen „guten“ Zimmer schnell vergeben. Das wirklich teure in Lissabon sind die hohen Mieten. Kosten von 300 für ein WG-Zimmer sind eher normal als die Ausnahme (für diesen Preis sollte man aber noch keinen Luxus erwarten). Letztendlich haben wir auf eigene Faust (Wohnungszeitung „Occasiao“) eine zwar relativ teure, aber dafür traumhafte Wohnung gefunden.

Hat man sich erst mal den Fahrstil der Portugiesen angeschaut, wird schnell klar, dass ein eigenes Auto zu nutzen relativ sinnfrei und nicht gerade ungefährlich ist. Es gibt eine günstige Metro-Monatskarte (15.-), die sich auf Züge und Busse erweitern lässt (22.-). Taxis sind äußerst günstig, wobei man sich schnell das nötige Vokabular aneignen sollte. Radfahren empfiehlt sich alleine aufgrund der Diebstahlgefahr und des Kopfsteinpflasters nicht.

An der Rua Augusta zum Praca do comercio.

Das Stichwort ERASMUS ist den meisten Einwohnern Lissabons geläufig und fungiert gleichzeitig als eine Art Code-Wort unter den Insidern. ERASMUS (Förderprogramm des DAAD) findet in Lissabon eine seiner Hochburgen, ca. 1000 Studenten aus Ländern aller Welt sind pro Semester in der Stadt zu Gast. Das ERASMUS-Netzwerk funktionierte an der ISCTE perfekt. Wir erhielten regelmäßig Informationen zu Veranstaltungen der ISCTE, organisierten ERASMUS-Ausflügen (unbedingt mitmachen!!) und allgemeinen Besonderheiten der Stadt.

Zum Schluss

Abschließend möchte ich festhalten, dass dieses Auslandssemester an der ISCTE in Lissabon bei weitem meine höchsten Erwartungen übertroffen hat. Wer die Möglichkeit hat, ein Auslandssemester im Rahmen des ERASMUS-Programms zu verbringen, sollte die Gelegenheit unbedingt wahrnehmen.

Man lernt nicht nur von anderen Kulturen, man lernt auch sich selbst von einer anderen Seite kennen.

Der Autor
Sven Weiche hat sein Studium der Betriebswirtschaft/ Markt- und Kommunikationsforschung abgeschlossen und arbeitet bei der renommierten Berliner Werbeagentur Scholz & Friends.

Knigge im Ausland

International Business Behaviour-Seminar

von Karin Bleiziffer, Nicole Dentler und Nina Schneider

Im Rahmen unseres Studienganges International Business durften auch wir im Laufe unseres Studiums ein individuelles Projekt planen, gestalten und durchführen. Während verschiedener Gespräche und eingehendem Brainstorming bei vielen Tassen Tee und Kaffee kristallisierte sich dann die Idee zu unserem International Business Behaviour Seminar heraus. Was liegt näher als die Überlegung, das Praktische mit dem Angenehmen zu verbinden und ein Projekt zu veranstalten, das auf Studenten unseres Studienganges zugeschnitten ist?

Ob Uni oder FH, ein Studium der BWL und insbesondere der internationalen BWL, wird die Studenten zwar auf viele Dinge vorbereiten, doch bleiben die meisten erlernten Fähigkeiten zum großen Teil theoretischer Natur. Wir werden später ohne Probleme amerikanische Bilanzen lesen können, Italienisch, Französisch, Englisch oder Spanisch in Verhandlungen sprechen, doch wird auch das Benehmen und Auftreten in den verschiedenen Ländern in der nahen Zukunft für uns ein Schlüssel zum Erfolg im internationalen Geschäftsleben sein.

Wir wollten unseren Kommilitonen und allen anderen interessierten Studenten der Hochschule die Möglichkeit bieten, im späteren Berufsleben nicht nur die theoretischen betriebswirtschaftlichen Grundlagen im Ausland zu beherrschen, sondern auch die kleinen Do's and Don'ts. Diese mögen manchmal vielleicht lapidar erscheinen und doch können sie jedem im späteren Geschäftsleben den Weg ebnen oder auch für immer versperren.

Nachdem die Idee zum Seminar von Herrn Professor Pförtsch abgesegnet war, begann die konkrete Projektumsetzung. Die größte Schwierigkeit bereitete es zunächst, eine geeignete Referentin oder einen geeigneten Referenten für das Seminar zu finden. Die Restriktion bei der Suche war natürlich, wie könnte es bei Studenten auch anders sein, das Budget. Da die späteren Teilnehmer Studenten sein würden, musste das Seminar so günstig wie möglich sein, da nur die wenigsten über die finanziellen Mittel verfügen, sich einen Seminartag zu einem Preis von 100 Euro oder mehr zu leisten. Anzumerken ist hierbei, dass ein Referent auf diesem Gebiet ohne weiteres über 2.000 Euro kostet, die meisten sogar mehr.

Über die Volkshochschule Pforzheim wurde der Kontakt zu Susanne Schulze ermöglicht. Frau Schulze ist in einer Nebentätigkeit seit vielen Jahren Referentin an der Volkshochschule Pforzheim für verschiede Seminare wie zum Beispiel „Top im Job – Gutes Benehmen im Beruf".

Während mehrerer Gespräche mit Frau Schulze wurden der Ablauf und die genauen Inhalte des Seminars festgelegt. Wir hatten genaue Vorstellungen, da ein großer Praxisbezug erreicht werden sollte und den Seminarteilnehmern die Möglichkeit geboten werden sollte, sich über die wirklich wichtigen Länder zu informieren! Hierbei musste eine Auswahl an Ländern getroffen werden, mit denen Deutschland in einem sehr starken wirtschaftlichen Austausch steht, wie z.B. Frankreich, Länder, die sich in ihrer Kultur von der deutschen bzw. europäischen Kultur deutlich unterscheiden, wie z.B. Japan oder aber Länder, mit denen inzwischen ein reger Austausch im Hochschulbereich besteht, wie z.B. Mexiko und andere südamerikanische Staaten.

Frau Schulze brachte sich mit unglaublich viel persönlichem Engagement in das Projekt ein. Sie bot uns nicht nur einen Spezialtarif, der es erlaubte einen Preis pro Student und Tag von 17 Euro zu realisieren, sondern sie erarbeitete auch den kompletten Seminarablauf und das verwendete Material für dieses Projekt, das darum so erfolgreich ablaufen konnte.

Das Ganztagssminar „International Business Behaviour" fand im vergangenen Sommersemester an der Hochschule statt. Die gut 20 Teilnehmer studierten fast alle International Business, aber auch einige Marketing-Studenten konnten wir begeistern. Weil alle Seminarteilnehmer schon einmal im Ausland auf diverse kulturelle Unterschiede gestoßen waren, wurde das Seminar beständig mit persönlichen Erfahrungsberichten angereichert und war vor allem durch verschiedene Fragen und Wortmeldung für alle Beteiligten außerordentlich interessant.

Das Seminar umfasste folgende Themen:

1. Gutes Benehmen allgemein (Deutschland)
2. Gutes Benehmen speziell im Geschäftsleben (Deutschland)
3. Gutes Benehmen im Ausland (verschiedene Kulturen und Länder)

Bevor mit den ausgewählten Ländern begonnen wurde, war es der Referentin wichtig, den Seminarteilnehmern näher zu bringen, was in Deutschland als gutes Benehmen gilt, und dies sowohl im privaten als auch im Geschäftsleben. Nach einem kleinen Test war allen Seminarteilnehmern klar geworden, dass es hier bei allen Lücken gibt, auch wenn man unterstellen sollte, dass sich Studenten „gut" benehmen können. Denn nichts ist, laut Frau Schulze peinlicher als ein deutscher Geschäftsmann, der sich im eigenen Land nicht zu benehmen weiß und vielleicht einen ausländischen Kollegen hat, der sich in Deutschland perfekt benehmen kann. Besprochene Punkte waren unter anderem: Sicheres Auftreten, Stilvolles Verhalten, Kleidung – Stilmittel und Signal.

Der ständige Dialog der Referentin mit den Seminarteilnehmern ermöglichte es, dass viele Irrtümer aufgeklärt werden konnten und einige Selbstverständlichkeiten in einem neuen Licht betrachtet wurden. So war es beispielsweise für einige Seminarteilnehmer völlig neu und zum Teil auch unverständlich, dass im privaten sowie im geschäftlichen Bereich, dass „Gesundheit"-Wünschen beim Nießen und das „Guten Appetit"-Sagen vor der gemeinsamen Mahlzeit absolut tabu sind. Dies seien keine neu erfundenen Konventionen, sondern in unserer Gesellschaft gängige Verhaltensregeln, die angehende Betriebswirtschaftler durchaus beherrschen sollten. Den dritten

Schwerpunkt bildete die Analyse und Besprechung der verschiedenen Sitten und Gebräuchen sowie Verhaltenskodizes im Ausland. Wie schon angesprochen, ermöglichte die Zeitrestriktion nur eine kleine Auswahl an Ländern. Besonders intensiv wurden im Seminar besprochen: China, Japan, Spanien, Mexiko, Frankreich und einige andere. Gerade durch die persönlichen Erfahrungen der Seminarteilnehmer konnte dieser Teil des Seminars äußerst interessant gestaltet werden. Jedes Land wurde anhand verschiedener Aspekte betrachtet, zu denen dann jeweils noch typische Länderbesonderheiten hinzukamen. Unterpunkte bei dieser intensiven Länderbetrachtung waren etwa Tischmanieren, Kleidung, Auftreten, Begrüßung, Smalltalk, Fettnäpfchen.

Für alle Teilnehmer war dies der aufschlussreichste Teil des Seminars, wobei es alle bedauerten, dass nicht mehr Zeit zur Verfügung gestanden hatte. Trotz der begrenzten Zeit wurde der Wissensdurst der Teilnehmer von Frau Schulze bestmöglich gestillt und selbst jene Teilnehmer, für deren Fragen am Schluss keine Zeit mehr blieb oder die erst nach dem Seminar Fragen entdeckten, gingen nicht leer aus.

Frau Schulze erarbeitete exklusiv für dieses Seminar ein ergänzendes Nachschlagewerk für die Teilnehmer, so dass sich jeder bei späterem Interesse das Gelernte kurz und prägnant ins Gedächtnis rufen kann. Dieser Ordner hat einen Umfang von etwa 100 Seiten. In diesen Seminarunterlagen ist nicht nur das Wissen über gutes Benehmen in Deutschland vermerkt, sondern auch die Do's and Don'ts für gutes Benehmen im Ausland. Jedes Land wird in den Unterlagen präzise beschrieben und erklärt. Des Weiteren erhielt jeder Teilnehmer ein Buch der Autorin Birgit Adam „Knigge für Unterwegs" als kleines Nachschlagewerk für Reisen und als persönliche Geste der Seminarreferentin. Ferner erhielten alle Seminarteilnehmer eine schriftliche Bestätigung über die erfolgreiche Teilnahme am „International Business Behaviour" Seminar.

Abschließend ist festzuhalten, dass das ganze Projekt (sowohl Seminar als auch Vor- und Nachbereitungssitzungen) äußerst erfolgreich abgelaufen ist. Referentin, Teilnehmer und Projektteam waren von der Idee und Gestaltung eines solchen Seminars begeistert und haben gemeinsam zum Gelingen beigetragen. Vor allem von den Studenten erhielt das Projektteam viele positive Rückmeldungen.

Unser besonderer Dank soll an dieser Stelle nochmals der Seminarreferentin Susanne Schulze ausgesprochen werden für ihre erfrischende und mitreißende Art und ihr persönliches Engagement aus der Begeisterung für ein studentisches Projekt. Herrn Professor Pförtsch ist in seiner Rolle als Tutor ebenfalls für die Unterstützung bei der Planung und Umsetzung des Seminars zu danken.

Die Autoren
Karin Bleiziffer, Nicole Dentler und Nina Schneider studieren im 5. Semester Betriebswirtschaft/International Business.

HR-Net Pforzheim

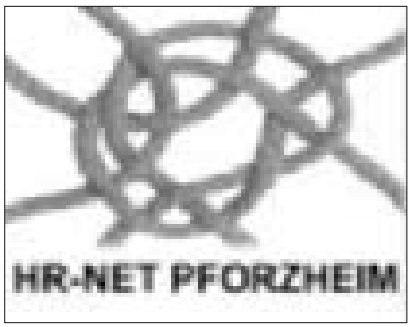
Erster Absolvententag der Personalmanager

von Brigitte Burkart

HR-Net Pforzheim – ein Netzwerk für Absolventen des Studiengangs Personalmanagement der Hochschule Pforzheim – unter diesem Vorzeichen fand 2004 der erste Absolvententag des Studiengangs Personalmanagement statt. Gekommen waren 70 Personalpraktiker, die an den verschiedensten Stellen im Personalbereich tätig sind, um sich über fachliche Themen auszutauschen und ehemalige Kommilitonen und Kommilitoninnen wieder zu treffen. Ziel des HR-Net Pforzheim ist es, die Absolventen miteinander ins Gespräch zu bringen. Dazu gibt es bereits seit 17 Jahren das Personalforum (früher Arbeitskreis Personal), in dem ein regelmäßiger Austausch zwischen Personalpraktikern, Professoren und Studenten der Hochschule Pforzheim zu personalwirtschaftlichen Themen stattfindet. Als Ergänzung soll nun ein Netzwerk unter den Personalmanagement-Absolventen entstehen, in dem Fachinformationen, Praktikumsplätze, Diplomarbeiten, Projekterfahrungen, etc. ausgetauscht werden können.

Der erste Schritt zu diesem Netzwerk war der Absolvententag im Juni 2004. Eine gelungene Mischung aus Fachvorträgen aus den Reihen der Professoren, Absolventen und einem koreanischen Professor für Personalmanagement bildeten die Grundlage für viele interessante Fachgespräche und Gedankenaustausch mit den ehemaligen Kommilitonen/Innen. Nach dem Empfang der Teilnehmer im Foyer des AudiMax bei einem Kaffee wurde der Absolvententag von Studiengangleiter Professor Dr. Meinulf Kolb offiziell eröffnet. Er gab einen kurzen Einblick über die Neuerungen an der Hochschule und speziell im Studiengang Personalmanagement in den letzten Jahren.

Im ersten Fachvortrag stellte Honorarprofessor Heinz Fischer den Beitrag des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg dar. Er postulierte die Verwendung des Terminus „Human Capital“ anstelle von „Human Resources“ mit der Begründung: „Ressourcen nutzt man (aus), Kapital (Vermögen) pflegt und mehrt man. Dieses Kapital ist der Garant für die Zukunft.“ Die von Professor Heinz Fischer vorgetragenen Ideen regten die Alumni zu einer lebhaften Diskussion um die Bewertung der Personalarbeit innerhalb des Unternehmens an. Man ging der Frage nach, wie die Leistung und das Potential des einzelnen Mitarbeiters bewertet werden können. Dabei ging es weniger um die Leistungsbeurteilung an sich, sondern darum, wie sich das Mitarbeiterpotential eines Unternehmens z.B. in der Bilanz als Kapitalwert niederschlagen könnte. Wenn es eine solche Bewertung gibt, dann könnte auch die Personalabteilung ihre Leistung dadurch messbar machen, dass es ihr gelingt, diesen Wert durch entsprechende Maßnahmen, z.B. Personalentwicklung, qualifizierte Personalauswahl, Mitarbeiterbindung, zu steigern bzw. zu erhalten. In der Diskussion zeigte sich, dass an dieser Baustelle viele HR-Manager und –Praktiker nach Lösungen suchen und noch einige Fragen offen sind.



Das Logo der Absolventen des Studiengangs Personalmanagement

In dem wunderschönen Ambiente des Wintergartens im Seehaus fand die Mittagspause statt. Beim Mittagessen gab es reichlich Gelegenheit, die Diskussion vom Vormittag aufzugreifen oder mit den ehemaligen Kommilitonen über die Studentenzeiten zu plaudern. Sowohl beim Anstehen am Buffet als auch an den einzelnen Tischen fand ein reger Austausch zwischen den Teilnehmern des Absolvententages statt, zu denen neben den Absolventen alle Professoren, die Assistentin, die Sekretärin und Studenten des Studiengangs Personalmanagement gehörten. Frisch gestärkt hielt am Nachmittag ein Absolvent aus dem Jahr 1997, Michael Leyendecker, einen Vortrag über die Herausforderungen an das Human Resources Management durch den demographischen Wandel. Er stellte die Problematik dar, dass die Zahl der jüngeren Mitarbeiter in den nächsten Jahren immer weiter sinken und die Zahl der Erwerbspersonen ab 50 Jahren deutlich steigen wird. Auf diese Situation sollten die Unternehmen sich schon heute vor-

Begrüßung durch Studiengangleiter Professor Dr. Meinulf Kolb

bereiten und sich auf die Ausbildung und Bindung speziell der jungen Mitarbeiter fokussieren. Daneben sollte eine familienorientierte und altersgerechte Personalpolitik in den Vordergrund treten. Michael Leyendecker stellte in diesem Zusammenhang die personalwirtschaftlichen Aktionsfelder der Festo AG & Co. KG als beispielhaft für eine zukunftsorientierte Personalpolitik dar.

Einen Beitrag zur internationalen Ausrichtung des Personalmanagements lieferte Professor Dr. Kyung Kyu Park von der Sogang University Seoul aus Korea. Der sehr gut deutsch sprechende koreanische Professor berichtete äußerst differenziert und pointiert über die Unterschiede zwischen Personalmanagement in Korea und Deutschland. Ein wesentliches Merkmal der koreanischen Personalpolitik ist beispielsweise der hohe Wert der „Seniorität", d.h. in Korea werden ältere Mitarbeiter besonders hoch geschätzt, während in Deutschland häufig ältere Mitarbeiter als Belastung empfunden und in den Vorruhestand verabschiedet werden. In Korea wird diesen Mitarbeitern dagegen höchste Wertschätzung entgegen gebracht. Gerade im Zusammenhang mit dem vorhergehenden Vortrag zum Thema demographische Entwicklung konnten die Teilnehmer viele Anregungen für ihre Personalarbeit im Unternehmen mitnehmen.

Im Anschluss an die Kaffeepause wurden die Absolventen des Studiengangs, die im vergangenen Jahr ihr Studium beendet hatten, offiziell vom Studiengang verabschiedet und gleichzeitig in das Netzwerk der Absolventen, das HR-Net Pforzheim, aufgenommen. Zum Abschluss hatten die Absolventen selbst die Gelegenheit, sich über ihre Erfahrungen in der Praxis und über ihren bisherigen Berufsweg in Gruppen auszutauschen. In einer spontanen Aktion hatten sich die vom Absolvententag begeisterten Teilnehmer zusammengefunden und für ein Geschenk an die Organisatoren der Veranstaltung gesammelt, das am Ende der Studiengangassistentin Brigitte Burkart und dem Studiengangleiter Professor Dr. Meinulf Kolb überreicht wurde.

In der Zwischenzeit hat sich ein Team aus Absolventen verschiedener Jahrgänge gebildet, das bereits den nächsten Absolvententag im Jahr 2005 vorbereitet. Ziel ist es, an die gelungene Veranstaltung im Jahr 2004 anzuknüpfen und an dem Netzwerk weiter zu arbeiten, das den Austausch zwischen den Absolventen verschiedener Jahrgänge, dem aktuellen Geschehen an der Hochschule und den heutigen Studenten ermöglichen soll.

Die Autorin
Diplom-Psychologin Brigitte Burkart ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Studiengang Betriebswirtschaft / Personalmanagement.

Gruppenbild des 1. Absolvententages im Studiengang Personalmanagement

Kein einsames Programmieren

Dr. rer. nat. Richard Alznauer lehrt Software-Engineering

Zum Wintersemester 2004/05 habe ich einen Ruf an die Hochschule Pforzheim für die Professur „Software-Engineering“ erhalten und mit Freude angenommen.

1963 in Duisburg geboren, habe ich dort am Steinbart-Gymnasium das Abitur gemacht. Erste Erfahrungen aus der Sicht des Lehrenden machte ich an der eigenen Schule: in einem zweiwöchigen Praktikum mit „Lehrveranstaltungen“ in Englisch und Mathematik für die 5. und 7. Klasse.

Nach dem Wehrdienst nahm ich 1983 das Studium der Mathematik mit Nebenfach Informatik an der Universität Karlsruhe (TH) auf. Die Umsetzung von mathematischen und technischen Aufgaben zu Computer-Lösungen übte früh eine Faszination auf mich aus, die immer noch anhält.

Mathematiker verwenden sehr leicht reelle Zahlen. Diese Zahlen sind aber auf Computern wegen der endlichen Mantissenlänge nicht immer darstellbar.

Damit ergeben sich bei der „naiven“ Durchführung von Berechnungen, insbesondere bei numerischen Algorithmen, vielfältige Fehlerquellen und erschreckend: ernst zu nehmende falsche Ergebnisse.

Der Entwurf und die Anwendung von numerischen Einschließungsverfahren mit automatischer Ergebnisverifikation, wie sie am Institut für Angewandte Mathematik entwickelt wurden, war ein Studienschwerpunkt. In diesem Gebiet fertigte ich auch meine Diplomarbeit bei Professor Dr. Edgar Kaucher an.

Nach dem Studium startete ich 1990 als Software-Ingenieur bei ABB – einem international tätigen, führenden Technologiekonzern.

Das Arbeitsfeld bestand in der Architektur von Software-Werkzeugen für das Engineering von Prozessleitsystemen. Prozessleitsysteme sind kombinierte Lösungen aus Hardware und Software, die hoch zuverlässig und effizient sein müssen.

Der Effizienzgedanke lässt sich auch auf den Engineering-Prozess der leittechnischen Anlage übertragen. Dazu fehlten aber zum Teil die passenden semantischen Beschreibungsformen.

Aus den Kontakten zum Institut für Prozessleittechnik der RWTH Aachen, das von Professor Dr. Martin Polke geführt wurde, ergab sich für mich die Gelegenheit, neben meiner beruflichen Tätigkeit in der Industrie eine externe Promotion durchzuführen. Meine Dissertation widmete sich semantischen Informationsmodellen für das Gebiet der Prozessleittechnik sowie deren Rechnerunterstützung.

Anschließend konnte ich semantische Informationsmodelle in die Praxis umzusetzen. Ich leitete Software-Projekte, die den Informationsaustausch zwischen CAE Systemen mittels STEP (ISO 10303, Product Data Representation and Exchange) bewerkstelligten.

Eine Analyse der Probleme beim Software-Engineering führte zu folgenden Verbesserungspotentialen: Zieldefinition, adäquate Methoden und soziale Fertigkeite.

Die Ziele von Produktentwicklungen werden durch Marktanforderungen bestimmt. Ab 1999 widmete ich mich als Produkt-Manager für Engineering-Werkzeuge der Verbesserung der Umsetzung von Marktanforderungen in Produktspezifikationen sowie deren Umsetzung in der Entwicklung.

Dem Einsatz zielgruppengerechter Methoden kommt dabei eine besondere Bedeutung zu.

Software-Engineering ist kein einsames Programmieren, sondern die Zusammenarbeit von vielen Menschen, die ihre unterschiedliche Erfahrungen und Rollen einbringen und aufeinander abstimmen müssen. Dies hat eine ganz besondere Dynamik. Stetes Lernen, auch in fachfremden Gebieten ist erforderlich, um sich internatonal als Problemlöser positionieren zu können. Damit das dauerhaft erfolgreich ist, muss der gesamte Software-Engineering Prozess wiederholbar gestaltet sein.

Als Leiter des Produkt-Managements für Engineering-Werkzeuge betreute ich auch Studenten und Hochschulabsolventen, deren Programmierkenntnisse teilweise fortgeschritten waren.

Allerdings hatte sich noch nicht das Bewusstsein entwickelt, welches breit gefächerte Instrumentarium notwendig ist, um (große) Software-Projekte in einer oft international verteilten Entwicklung zielorientiert umzusetzen.

Dazu gehört neben den sachorientierten Informations- und Prozessmodellen auch eine Vielzahl an sozialen Fertigkeiten. Die Zusammenarbeit mit Schweden, US-Amerikanern, Finnen, Italienern und Indern ist allein schon wegen der kulturellen Unterschiede interessant „anders“.

Durch verschiedene lehrende Tätigkeiten, zuletzt durch Workshops mit Studenten der Berufsakademie Mannheim, wurde ich darin bestärkt, an dieser Stelle lehrend tätig zu werden.

Ich freue mich nun darauf, meine Erfahrungen in die Zusammenarbeit mit den Studenten der Hochschule Pforzheim einfließen zu lassen.

Passion

Dr. Michael Paetsch ist Professor für Internationales und Dienstleistungs-Marketing

Es gibt zwei Themenbereiche in meinem beruflichen Leben, die mich leidenschaftlich begeistern: erstens mein Interesse für internationale Märkte und zweitens das gesamte Gebiet Telekommunikations- und Internet-Marketing.

Nach meinem Studium an den Universitäten in Mannheim und Newcastle (GB) wollte ich nochmals kurz für sechs Monate in die USA. Daraus wurde ein Studium von fast vier Jahren an verschiedenen Unis wie Stanford University, University of San Francisco, Columbia Pacific University und führte mich zum Abschluss MBA und Promotion. Für letztere schrieb ich – nicht zuletzt dank der finanziellen Unterstützung der Siemens AG – eine Arbeit zum Thema „Evolution of Mobile Communications Systems in the USA and Europe".

Nach der Promotion startete ich mein Berufsleben 1991 in der Geschäftsentwicklung des Bereiches Private Kommunikationssysteme der Siemens AG. Das war eine spannende Zeit, in der ich unter anderem die Multimedia-Strategie für den Zentralvorstand entwickelte und maßgeblich an der DECT Gigaset (schnurlos Telefone) mitwirkte. Nach fast vier Jahren wechselte ich zur Veba (heute Eon), bei deren Tochtergesellschaft otelo ich die Leitung für alle Mobilfunkaktivitäten übernahm. Dies war genau zu dem Zeitpunkt, als die Telekommunikationsmärkte liberalisiert wurden und so hatte otelo nach kurzer Zeit viele internationale Beteiligungen an Unternehmen wie eplus, Bouyges Telecom etc., deren Wert hohe zweistellige Milliardenbeträge darstellten. Schließlich wechselte ich zu Vodafone, wo ich als Geschäftsführer Marketing u.a. den Brand Change von D2 zu Vodafone verantwortete.

Die Telekommunikation ist ein überaus spannender Bereich zwischen hoch entwickelter Technik, Kundenmarketing und großem Prozess Know how. Vieles von dem, was wir heute täglich benutzen (DSL, WLAN, UMTS), wurde vor über 10 Jahren bereits entwickelt.

Diese Netze sind für Volkswirtschaften heute wichtiger als Autobahnen (Beispiel Indien) und sind die „Lebensader" für Knowledge Worker weltweit sowie den rasch ansteigenden e-commerce. Aber das sind nur die Vorboten für noch viel spannendere Entwicklungen wie Internet Television und vieles andere mehr. Immer mehr Geschäftsmodelle werden sich rasch verändern und neue Ideen können de facto global eingeführt werden. Dabei werden immaterielle Services und Experience immer wichtiger werden. Wäre es nicht schön, wenn die ein oder andere Innovation auch von Pforzheimer Studenten initiiert werden würde?

Ist Unternehmertum lehrbar?

Dr. Armin Pfannenschwarz lehrt Unternehmensentwicklung und -nachfolge

Ist Unternehmertum lehrbar? Ist es erlernbar? Was heißt Unternehmertum überhaupt? All diesen Fragen müssen sich Hochschullehrer stellen, die für sich in Anspruch nehmen, selbständige Unternehmer aus- und weiterzubilden. Genau dies ist derzeit meine Aufgabe an der Hochschule.

Meine persönlichen Antworten auf diese Fragen beruhen auf einer quasi lebenslangen Auseinandersetzung mit der Thematik. Geboren 1965 als ältester Sohn eines mittelständischen Unternehmerehepaares wuchs ich mehr oder weniger unter dem Schreibtisch auf, und meine frühesten Erinnerungen gehen zurück auf das Spielen in der Maschinenhalle oder auf dem Betriebshof. Unternehmertum nicht nur als Beruf, sondern als Lebensform.

Nach Abitur und Bundeswehr studierte ich von 1986 bis 1991 Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bamberg, meine Schwerpunkte waren Unternehmensführung, Personalmanagement und Wirtschaftsinformatik – damals noch nicht mit dem bewussten Wunsch, einmal Unternehmer zu werden, sicher aber vom Elternhaus geprägt.

Neben den fachlichen Inhalten und der Mitarbeit an verschiedenen Lehrstühlen schulten mich in dieser Zeit vor allem die Erfahrungen als Projektleiter und Vizepräsident des Bamberger Lokalkommitees von AIESEC. Unter anderem absolvierte ich ein halbjähriges Praktikum in Ghana, Westafrika – eine interessante Episode für einen strukturierten, ordnungsliebenden Mitteleuropäer.

Direkt nach Abschluss des Studiums ereilte mich der elterliche Ruf: die Pfannenschwarz GmbH Kabelkonfektion in der Nähe von Heilbronn brauchte einen Nachfolger. Ich nahm diese Herausforderung an, zuerst als Assistent der Geschäftsleitung, ab 1992 als geschäftsführender Gesellschafter. Ich war zuständig für Projektaufgaben wie die Einführung von TQM und ERP-Software, die Erstellung eines kompletten Firmenneubaus am Stammsitz sowie den Aufbau eines neuen Fertigungsstandortes im Niedriglohnland Ungarn. Für mich eine Zeit des rapiden Lernens und Umsetzens.

Ein Jahr später zog sich mein Vater aus der Leitung zurück, so dass ich mit knapp 28 Jahren mehr als 300 Mitarbeiter zu führen hatte. In diese Zeit fiel der Beginn der bis heute anhaltenden Umwälzungen und Konzentrationen in der Automobilzulieferindustrie, in der wir tätig waren: Lopez und die Folgen. Die Pfannenschwarz GmbH schlug sich dabei recht erfolgreich, wir konnten die Position eines Vorzugslieferanten bei Kunden wie Bosch oder Siemens gewinnen, die Umsätze ausweiten und den Exportanteil deutlich steigern.

Nach einigen Jahren entschied ich mich jedoch dazu, meine Geschicke von der der Firma zu trennen und meine eigene Nachfolge einzuleiten. Ein zuerst angesetztes Management-Buy-In verlief nur begrenzt erfolgreich, aber 2000 konnte ich schließlich die Mehrheit des Unternehmens erfolgreich an eine Schweizer Gruppe veräußern.

Dennoch ließ mich die Thematik der Nachfolge nicht los. Eine externe Promotion am gerade gegründeten „Institut für Familienunternehmen“ an der Privaten Universität Witten-Herdecke betrieb ich nicht zuletzt aus dem Wunsch heraus, die eigenen Erfahrungen auf einer wissenschaftlichen Ebene kritisch zu reflektieren und so besser zu verstehen. Das Thema der Dissertation lautete: „Nachfolge und Nicht-Nachfolge im Familienunternehmen“.

Relativ bald stellte ich jedoch fest, dass mich ein rein theoretisch ausgerichteter Alltag nicht ausfüllte. Daher gründete ich parallel die „consensis Unternehmer-Beratung“, die ausschließlich Nachfolgefragen für mittelständische Unternehmerfamilien löste. In dieser Arbeit fanden sowohl meine eigenen Erfahrungen als auch die wissenschaftlichen Erkenntnisse direkten Eingang, Theorie und Praxis befruchteten sich gegenseitig.

Vor diesem Hintergrund war es dann ein logischer Schritt, mich 2003 um die neu geschaffene Stiftungsprofessur der Sparkasse Pforzheim-Calw an der Hochschule Pforzheim zu bewerben und den neuen Studiengang „MBA in Unternehmensentwicklung“ mit aufzubauen. Diese neue Herausforderung trat ich im September 2003 an, zuerst als Vertreter der Professur, dann nach Abschluss meiner Promotion als Professor und inzwischen als Studiengangleiter. Der Initiator und bisherige Leiter des Studiengangs, Professor Dr. Rolf Güdemann unterstützte mich dabei in jeder Beziehung, hierfür nochmals herzlichen Dank!

Der Umgang mit den Studierenden des Programms, allesamt Nachfolger und Übernehmer kleiner und mittlerer Betriebe, macht mir viel Freude. Ebenso die Tatsache, dass die nachhaltige Installation eines neuen Studiengangs etwas außerhalb des sonstigen Hochschulprofils wiederum für sich eine unternehmerische Herausforderung darstellt. Der Kreis schließt sich also.

Um auf die eingangs gestellte Frage zurückzukommen: ja, man kann Unternehmertum lehren und lernen, und man muss es heute auch! In Zeiten von global dynamisierten Märkten sind die Unternehmer darauf angewiesen, so professionell wie nur irgend möglich zu agieren. Unser Studiengang trägt dazu einen kleinen Teil bei. Wir können damit zwar keine Unternehmer „erzeugen“, aber wir können diejenigen, die ohnehin bereits unternehmerisch handeln, auf ihrem Weg unterstützen.

Vom Wert, in Strukturen zu denken und genau hinzuschauen

Dr. Ralph Schmitt lehrt Wirtschaftsprivatrecht an der Hochschule

1967 in Karlsruhe geboren, begann ich nach Abitur und Grundwehrdienst 1988 mit dem Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Tübingen. 1990/1991 konnte ich dank des DAAD zwei Semester an der Universität Genf verbringen, wo ich neben Vorlesungen zum deutschen Recht vor allem Veranstaltungen zum internationalen Privat- und öffentlichen Wirtschaftsrecht besuchte. Das erste juristische Staatsexamen legte ich 1994 in Tübingen ab. Im Anschluss daran absolvierte ich – als vorgeschriebenen weiteren Schritt auf dem Weg zum Volljuristen – das Referendariat, eine zweijährige, mit einer weiteren Staatsprüfung abschließende Praxisphase mit Stationen bei Landgericht, Staatsanwaltschaft und Regierungspräsidium Tübingen sowie einer Rechtsanwaltskanzlei. Während des Studiums und des Referendariats war ich an der Universität Tübingen für Professor Dr. Klunzinger tätig, der die juristischen Vorlesungen für die betriebswirtschaftlichen Studiengänge abhielt. Zu meinen Aufgaben gehörte insbesondere die Mitarbeit an den Neuauflagen seiner vor allem für Studierende der Wirtschaftswissenschaften konzipierten Lehr- und Übungsbücher zum Bürgerlichen Recht sowie zum Handels- und Gesellschaftsrecht.

Nach dem zweiten Staatsexamen im Frühjahr 1996 wurde ich Mitarbeiter in einer Karlsruher Kanzlei von Rechtsanwälten beim Bundesgerichtshof. In seiner Funktion als höchstes deutsches Zivilgericht entscheidet der Bundesgerichtshof vor allem über Revisionen bzw. – seit 2002 – Beschwerden gegen Berufungsurteile der Oberlandesgerichte. Dabei müssen sich Kläger und Beklagte vor dem Bundesgerichtshof von speziell bei diesem Gericht zugelassenen Rechtsanwälten vertreten lassen. Die Mitarbeit in einer solchen Anwaltskanzlei kam meinem Interesse an einer wissenschaftlich vertieften Auseinandersetzung mit Rechtsfragen aus allen Bereichen des Zivilrechts entgegen. Ich konnte (zum Teil sehr umfangreiche) Fälle aus den verschiedensten Rechtsgebieten bearbeiten, von geläufigen Fragestellungen aus dem allgemeinen Vertrags- und Zivilprozessrecht bis hin zu eher „exotischen“ Materien wie dem Energiewirtschafts-, Luftfahrt- und Beihilferecht. Der Schwerpunkt meiner Tätigkeit lag zunächst im Wettbewerbs- und Markenrecht, verlagerte sich aber im Laufe der Zeit hin zum Handels- und Gesellschaftsrecht; dabei ging es typischerweise um Streitigkeiten unter Gesellschaftern oder mit Geschäftsführern und um Klagen gegen Gesellschafterbeschlüsse.

Neben meiner Berufstätigkeit promovierte ich an der Universität München bei Professor Dr. Dr. Hopt über das Handelsrechtsreformgesetz von 1998. Hierfür beschäftigte ich mich mit der Rechtsstellung von Kleingewerbetreibenden im Spannungsfeld zwischen dem (für Kaufleute geltenden) Handelsrecht und den Verbraucherschutzbestimmungen im Bürgerlichen Gesetzbuch. Für Professor Dr. Dr. Hopt aktualisierte ich ferner ein Lehrbuch zum Handelsrecht und arbeitete an einer Neuauflage seines Kommentars zum Handelsgesetzbuch mit, soweit es um die Berücksichtigung der Schuldrechtsreform von 2002 ging.

Zum Wintersemester 2004/2005 habe ich einen Ruf der Hochschule Pforzheim auf eine Professur für Wirtschaftsprivatrecht angenommen. An meiner neuen Aufgabe schätze ich es, mit jungen Menschen zusammenzuarbeiten und Lösungen für Rechtsfragen in Diskussionen mit ihnen zu entwickeln. Was ich den Studierenden dabei zum einen vermitteln möchte, sind weniger Detailkenntnisse als vielmehr der Sinn für rechtliche Grundstrukturen. Wer diese versteht, hat zugleich die Fähigkeit erworben, sich in neue Problemstellungen und in ganze Rechtsgebiete selbständig und zügig einzuarbeiten, denn der Schlüssel zum Verständnis liegt darin, die rechtssystematisch richtigen Fragen zu stellen. Zum anderen weiß ich aus meiner Berufstätigkeit, dass juristisches Arbeiten zu einem guten Teil in der genauen Erhebung, sprachlichen Darstellung und Analyse des Sachverhaltes und der wirtschaftlichen Interessenlage der Beteiligten besteht – mithin in Fähigkeiten, die für den späteren beruflichen Erfolg nicht nur in einem engeren juristischen Kontext von Bedeutung sind.

Meine Freizeit verbringe ich am liebsten mit meiner Frau. Wir besuchen sehr gerne Kunstausstellungen und Museen und nutzen die Nähe zum Schwarzwald und zur Pfalz für Ausflüge und Wanderungen.

Viel mehr als „Zahlen und Zeichen im Kopf“

Dr. Katja Specht lehrt quantitative Methoden. Ein Selbstportrait.

Im Jahr 1966 wurde ich im nordhessischen Kassel geboren. Dort habe ich auch die Schule besucht, mein Abitur mit mathematischem Schwerpunkt abgelegt und im Anschluss daran eine Bankausbildung absolviert. Ich wählte diese Ausbildung, da mein Berufswunsch noch nicht sonderlich ausgeprägt war und ich mir von einer kaufmännischen Lehre eine gute Grundlage für eine Reihe von Berufsrichtungen versprach. Zudem mochte ich den Umgang mit Zahlen schon von den ersten Schuljahren an. Nach Abschluss der Berufsausbildung (1989) ergab sich – für mich unerwartet – die Möglichkeit, im mittelhessischen Gießen an der Justus-Liebig-Universität zu studieren. Als Studiengang boten sich aufbauend auf der Bankausbildung die Wirtschaftswissenschaften an.

Die von den meisten Studierenden ungeliebten Fächer Mathematik und Statistik machten mir von Beginn an mehr Freude als die klassischen wirtschaftswissenschaftlichen Fächer. Daher nahm ich das Angebot von Professor Dr. Rinne gerne an, während des Hauptstudiums an seinem Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie als Tutorin tätig zu sein. Neben Statistik/Ökonometrie wählte ich im Hauptstudium die Vertiefungsfächer Geld/Kredit/Währung, Operations Research und Finanzwirtschaft und erlangte 1994 den Abschluss Diplom-Ökonomin. Für meine Examensleistungen wurde ich mit dem Universitätsförderpreis der Volksbank Gießen eG ausgezeichnet.

Den Anstoß für eine Promotion gab ein Projekt, das ich im Anschluss an mein Studium mit der Forschungsabteilung der BHF-Bank in Frankfurt am Main durchführen durfte. Ich entschloss mich daraufhin, bei Professor Rinne eine Dissertation zu schreiben über die Möglichkeiten der Modellierung der Volatilität an Finanzmärkten und deren Wirkung auf finanzwirtschaftliche Fragestellungen wie die Berechnung des Value at Risk und die Bewertung von Optionen.

Als wissenschaftliche Mitarbeiterin (1995-2000) konnte ich neben meiner Forschungsarbeit weiterhin in der Lehre tätig sein. Zudem ergab sich im Sommer 1999 auf Grund einer Kooperation der Justus-Liebig-Universität die Möglichkeit, als Statistik-Dozentin in den USA an der University of Wisconsin Milwaukee (UWM) zu arbeiten. Zu meiner Freude bekam ich dieses Angebot von der UWM für den Sommer 2005 erneut und habe es gerne angenommen.

An beiden Aspekten der wissenschaftlichen Arbeit, Forschung und Lehre, fand ich so viel Gefallen, dass ich mich nach der Geburt unserer Tochter im Jahr 2000 für die Hochschullaufbahn entschied. In den Jahren 2001 bis 2004 war ich wissenschaftliche Assistentin am Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie. Ich fertigte in dieser Zeit eine Habilitationsschrift an, deren Thema ebenfalls im Bereich der Finanzmarktökonometrie angesiedelt ist. Es ging um die Frage, inwieweit der Einsatz zeitreihenanalytischer Verfahren in der Portfoliooptimierung zu Performancevorteilen führen kann. Im Juli 2004 wurde mir die venia legendi für das Fachgebiet Statistik/Ökonometrie zuerkannt, und im November 2004 wurde meine Habilitationsschrift mit dem Dr.-Herbert-Stolzenberg-Preis der Justus-Liebig-Universität ausgezeichnet.

Zum Wintersemester 2004/2005 erhielt ich den Ruf an die Hochschule Pforzheim. Das Renommee der Hochschule bezüglich Lehre und auch Forschung über die Landesgrenzen hinaus und die mir schon während meiner Zeit als Lehrbeauftragte positiv aufgefallene kollegiale Atmosphäre machte mir die Entscheidung leicht.

Ich hoffe, durch meine lange Lehrtätigkeit und meine Erfahrung aus zahlreichen Projekten mit Forschungsabteilungen aus Industrie und Banken meinen Studierenden die oft ungeliebten quantitativen Methoden etwas näher bringen zu können. Bei aller Methodik lege ich großen Wert darauf, den Studierenden jederzeit die Verbindung zu wirtschaftwissenschaftlichen Fragestellungen aufzuzeigen. Denn schon Schopenhauer machte deutlich: „Während einer nur Zahlen und Zeichen im Kopf hat, kann er nicht dem Kausalzusammenhang auf die Spur kommen“.

Im Jahr 2002 haben wir zu unserer Tochter noch einen Sohn bekommen. Meine Freizeit gehört daher weitgehend der Familie. In der verbleibenden Zeit treibe ich gern Sport (Joggen, Skilaufen, Radfahren...), „wühle“ im Garten oder genieße Literatur und Musik.

Professorin Dr. Katja Specht für ihre Habilitation ausgezeichnet

Die im vergangenen Wintersemester an die Hochschule Pforzheim berufene Professorin Dr. Katja Specht (2. v. links) wurde im November 2004 für ihre Habilitationsschrift mit dem Dr.-Herbert-Stolzenberg-Preis der gleichnamigen Stiftung ausgezeichnet. Dieser mit 3000 dotierte Preis ist Angehörigen und Mitgliedern der Justus-Liebig-Universität Gießen vorbehalten, an der Frau Specht im Sommer vergangenen Jahres ihr Habilitationsverfahren abgeschlossen hat.

Ziel der ausgezeichneten Habilitationsschrift war es, Möglichkeiten zur Verbesserung der klassischen und neueren Ansätze der Portfoliooptimierung in verschiedener Hinsicht aufzuzeigen. Dabei bildeten die ineinander greifenden Fragestellungen der Prognose relevanter Inputdaten (Erwartungswert und Varianz-Kovarianz-Struktur von Renditen) mittels zeitreihenökonometrischer Verfahren und der Stabilisierung der Optimierungsergebnisse die Themenschwerpunkte. Es zeigte sich, dass insbesondere eine zeitvariable Modellierung der Varianz-Kovarianz-Struktur der Renditen des Anlageuniversums bei den traditionellen Ansätzen der Portfoliooptimierung von Markowitz, Tobin und Sharpe zu Performanceverbesserungen führt. Weitere Ergebnisverbesserungen konnten festgestellt werden, als auch die erwarteten Renditen nicht historisch, sondern mittels eines Bayesianischen VAR-Modells geschätzt wurden. Insofern konnte auf der Basis des für die Untersuchung gewählten Anlageuniversums DAX die Hypothese der Markteffizienz widerlegt werden. Frau Specht schloss mit der Hoffnung, dass die gewonnenen Erkenntnisse hoffentlich dazu beitragen, dass zeitreihenanalytische Prognoseverfahren in der alltäglichen Arbeit von Portfolio-Managern zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Der Preis wurde im Rahmen des traditionellen Festaktes der Justus-Liebig-Universität vor Gästen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik vergeben. Den Festvortrag hielt der ehemalige Präsident der Universität Oldenburg, Professor Dr. Michael Daxner. Er berichtete über seine Erfahrungen bei der Mithilfe beim Wiederaufbau der universitären Strukturen in Afghanistan und Kosovo. Universitäten seien, so Professor Daxner, die „wahrscheinlich formkonstanteste Institution in Europa“, die sich über die Jahrhunderte erhalten habe. Als „verantwortlicher Träger der Wissensproduktion und -verwertung“ auf dem politischen Gebiet sollten Hochschulen deshalb verantwortlich auf dem Markt agieren und sich nicht hinter „dem Staat als bürokratischem Erfüllungsgehilfen“ verstecken.

Professor Dr. Wolfgang Gohout

Nebenberuf wird Hauptberuf

Dr. rer. soc. oec. Patrick Spohn lehrt im Schwerpunkt internationales Steuerrecht

Zum Sommersemester 2005 wurde Dr. Patrick Spohn zum Professor für nationales und insbesondere internationales Steuerrecht ernannt. In seiner Freizeit widmet sich Herr Dr. Spohn dem Sport, insbesondere Joggen, Fitness und Wellness haben es ihm angetan; zum Ausgleich dafür ist er der badischen und der internationalen Küche sowie den dazugehörigen Weinen nicht abgeneigt.

Dr. Spohn wurde 1972 in Freiburg geboren. Nach dem Abitur und nach Beendigung des Grundwehrdienstes studierte er Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim. Schwerpunkte des Studiums waren betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Steuerrecht sowie Wirtschaftsprüfung und Treuhandwesen.

Nach dem Examen zum Diplom-Kaufmann promovierte Patrick Spohn bei Professor Dr. Dr. h.c. Erich Loitlsberger sowie bei Professor Dr. Dr. Eduard Lechner an der Universität Wien im Bereich des internationalen Steuerrechts. Dr. Spohn schrieb seine Dissertation über „die Prüfung der Konzernverrechnungspreise als betriebswirtschaftliches Problem unter Berücksichtigung der handels- und steuerrechtlichen Situation“, welche mit summa cum laude bewertet wurde.

Nach Abschluss der Promotion kehrte Herr Dr. Spohn nach Freiburg zurück und arbeitete in der Steuerabteilung der KPMG, wo er in der Folge das Steuerberater-Examen ablegte. Sein Tätigkeitsschwerpunkt war von Anfang an das internationale Steuerrecht entsprechend der Lage Freibugs im Drei-Länder-Eck. Daneben betreute Dr. Spohn mittelständische Mandate in allen Fragen des nationalen und internationalen Steuerrechts.

Ebenfalls von Anfang an hat Herr Dr. Spohn neben der Tätigkeit in der Steuerabteilung die Tätigkeit als Referent bei in- und externen Steuerseminaren übernommen und war Lehrbeauftragter an der Fachhochschule in Calw sowie an der Berufsakademie Villingen-Schwenningen für das Ertragsteuerrecht sowie für das internationale Steuerrecht.

Mit der Annahme des Rufs auf eine Professur an der Hochschule Pforzheim kann Dr. Spohn seine bisher nebenberufliche Lehrtätigkeit ab dem Sommersemester 2005 hauptberuflich ausüben und auch die Publikationstätigkeit weiter ausbauen.

An der Hochschule hat sich Dr. Spohn zum Ziel gesetzt, neben der Vermittlung von steuerrechtlichen Fachkenntnissen den Studierenden insbesondere eine wissenschaftliche Arbeitsweise näher zu bringen, die es ihnen ermöglicht, sich später zügig in neue Themenbereiche einzuarbeiten und diese zu beherrschen – eine unabdingbare Voraussetzung für beruflichen Erfolg.

Den Spagat aushalten

Professor Michael Throm zur gestalterisch-typografischen Ausbildung

Der visuelle Kommunikationsdesigner hat heute einen schweren Stand. Erstens: weil vermeintlich jeder, der schon einmal einen Rechner mit Schriftenauswahl, DTP-Programm und Clip-Art Bibliothek unter den Fingern hatte, in der Lage zu sein scheint, einen optisch klaren Handlungsstrang zu erzeugen.

Und zweitens: weil in Zeiten der Kosteneinsparungen öffentlicher und privater Auftraggeber nach dem Luxus der Kultur nun am Luxus der feinen Gestaltung gespart wird.

Dabei tut sauber gedachte, gut strukturierte und letzten Endes perfekt gestaltete Lesestruktur – ob in Form von Schrift, Bild, der Bewegtbild-Information oder Interaktion mit elektronischen Medien bitter Not. In Zeiten, in denen alteingesessene Marken – und damit eine Verlässlichkeit des Althergebrachten – sterben oder in neu entstehenden Joint-Ventures aufgehen und gleichzeitig neue Marken inflationär wie Pilze aus dem Boden sprießen (von der Ich-AG bis zum neuen Teilbereich des Großkonzerns), wird der Bedarf an Gestaltern, die optisch und letztendlich inhaltlich durchdacht die Spreu der vielen Informationen vom Weizen der Botschaft zu trennen in der Lage sind, immer größer. Wie sonst sollen sich der geneigte Leser, der suchende Konsument, der umherirrende Besucher öffentlicher und privater Einrichtungen, der Web-Surfer noch zurechtfinden? Strukturierende und gestalterisch überraschende Konzepte wollen bedacht sein.

Das Denken vor dem Handeln ist ein Defizit geworden. Sowohl auf Seiten von Auftraggebern; allzu oft muss dieser Vorwurf aber auch gegen den Dienstleister – in unserem Fall den dienstleistenden Gestalter – selbst gerichtet werden. Denn der Gestalter ist es ja, der den Kunden im Idealfall ‘an die Hand’ nehmen soll, ihn lenkt und leitet, ihn von ästhetischen und inhaltlichen Sündenfällen abhält.

Dies ist die große Chance und Herausforderung des Gestalters: durch die permanente Gratwanderung zwischen eigenem künstlerischen Ausdruck und der Anforderung, Information strukturiert zu Papier oder auf ein Display zu bringen, ist er der ideale Katalysator für jedwede Art der Informationsvermittlung in Schrift und Bild. Diesen Spagat auszuhalten, ist seine lebenslange Herausforderung.

Die Disziplin, die Suche nach modischen Trends in eklektizistischen Zeiten, aber auch die Suche nach Neuem in sich selbst auf der Grundlage einer umfassenden künstlerischen Bildung, die einzig zu Innovation und Überraschung führen kann, sind dabei die Voraussetzungen für die Kunst der visuellen Kommunikation.

Viele – teilweise seit Jahrhunderten tradierte – Berufe der Mediengestaltung sind vom Markt mittlerweile ‘bereinigt’ worden. Auch wenn diese Berufe nicht unmittelbarer Bestandteil des Studiums der Visuellen Kommunikation sind und sein sollten, so wird durch das Sterben dieser oftmals handwerklichen Berufsgruppen doch die Herausforderung um den Erhalt dieses Wissens immer größer. Denn es ist die Basis für gestalterischen Freiraum. Der visuelle Kommunikationsgestalter muss um Tradition und Sehgewohnheiten wissen, um auf der Suche nach neuen Lösungen für die heutige Zeit keinen gestalterischen Schiffbruch zu erleiden. Um letztendlich Kriterien für Informationskanalisierung zu haben.

Auf die Gestaltung mit Schrift und dem Zeichen bezogen heißt das: Neutrale Typografie gibt es nicht und kann es nicht geben. Die permanente Interpretation des jeweiligen Inhaltes muss bewusst geschehen. Denn der Gestalter hat die Verantwortung, kurz und prägnant zu sein, wo Zeit, Muße und Geduld heute fehlen; aber Information klar und unumwunden – lesbar – zu geben, wo der Ort für sie sein muss. Die Waage zu halten zwischen dem ‘werbedenglisch’ gesprochen, typografischen »Appetizer« oder »Teaser« und der zu Wissensgewinn führenden »Long-Copy«, dem Katalogtext oder der Legende. Dem Umgang mit dem Raum. Einzelzeichen, Raster, Schriftenkategorien und -hierarchien, damit Steuerung von Blickrichtungen, Strukturierung; das ist der kleinste gemeinsame Nenner, die Mindestanforderung an die Schaffung von Sinnzusammenhängen in einer vielgestaltigen Welt. Es ist die Maximalanforderung an die Typografie.

Ob dies in Form von Kunst oder Werbung, am typografischen Einzelblatt oder dem komplexen Katalog, der graphisch eingeengten Möglichkeit eines mobile-displays oder der gestalterischen Freiheit eines Kultur-Plakates geschieht, ist dabei unerheblich. Wichtig ist, ob die Struktur, die Absicht, die Auftraggeber, Kunde, Gestalter oder Künstler bei der Erstellung hatten, auch sichtbar wird.

In diesem teambezogenen-künstlerischen Handeln liegt die Chance der Zukunft auf reflektierte Innovation: dass dies keine billige und gute, sondern eine feine und bessere Tätigkeit zum Wohle bester Kommunikation ist – dafür steht der Studiengang Visuelle Kommunikation in Pforzheim.

kurz-cv:
1967 in Offenburg geboren, verheiratet, ein Kind.
1988-1992 Studium der visuellen Kommunikation an der Fachhochschule Pforzheim und University of Georgia, Athens.
1992-1994 wissenschaftliche Mitarbeit im Studiengang Visuelle Kommunikation
1994-1997 Art-Director in Köln.
seit 1997: freiberuflich tätig für namhafte Kunden und Werbeagenturen.

Lebst du noch oder träumst Du schon?

Dr. habil. Jörg Tropp lehrt und forscht im Bereich Marketing-Kommunikation

Diesmal meint es die Werbe- und Marketing-Branche ernst. Sie ist felsenfest davon überzeugt, dass Vertrauen als der wichtigste Erfolgsfaktor der Marketing-Kommunikation in das Zentrum aller Überlegungen über Strategien und Kampagnen rücken muss. Vertrauensmarketing ist tatsächlich der neue Heilsbringer, der das Revival der Reklame mit ihrer billigen und lauten Preiskommunikation endlich beendet. Schluss mit der Inflation der Kommunikation – Unternehmen und Kunden kommunizieren miteinander, verstehen und achten sich; die Unternehmen denken und handeln kommunikationsökologisch. Schluss mit CRM, RFID und ECR – das Management von Daten und Technologien zwecks Kundenbindung und Wertschöpfungsoptimierung wird von der Lehre der Gefühle abgelöst. Und Schluss mit vordergründigen auf Öffentlichkeitswirkung zielende Social Marketing-Aktionen – jedes Unternehmen bekennt sich zu und handelt gemäß seiner Corporate Social Responsibility, wirtschaftet und kommuniziert nachhaltig, betreibt Cause Marketing at its best; die Philosophien des Shareholder Value und des gesellschaftlichen Nutzens haben fusioniert. Erfolgreiches Marketing ist wertvolle Kommunikation – im materiellen wie im immateriellen Sinne. Und jeder vom Unternehmen initiierte Kommunikationsprozess, ob nach außen oder nach innen gerichtet, orientiert sich an Vertrauen als dem finalen Orientierungspunkt für Verstehen, Verständnis und Sinngebung in der Kommunikation. Kurzum: nach Business-to-Business (B2B) und Business-to-Consumer (B2C) heißt die neue Marketing-Formel: Human-to-Human (H2H).

So oder so ähnlich könnte ein best case-Szenario für die Zukunft der Marketing-Kommunikation aussehen. Zugegeben, die Grenze zur Träumerei ist fließend und die Frage, wie man so etwas träumen kann, ist natürlich berechtigt. Wenn auch heute noch weitestgehend ungeklärt ist, wie Träume überhaupt entstehen. Jedenfalls lautet eine weit verbreitete Alltagstheorie, dass im Traum vergangene Erlebnisse und gemachte Erfahrungen aufgearbeitet werden. Und da ja auch jedes Szenario nur vor dem Hintergrund der Vergangenheit Sinn macht, hier rasch ein kurzer Blick zurück: geboren 1961; 1989 Abschluss des Studiums (M.A.) an der Universität Bonn (Hauptfach: Kommunikationswissenschaften) und seit 1990 in der Marketing- und Kommunikationsbranche tätig; gestartet bei Heye & Partner in Unterhaching und dank des Kunden McDonald's früh mit den Feinheiten des US-spezifischen und globalen Marketings vertraut worden; 1992 Wechsel zu Michael Conrad & Leo Burnett nach Frankfurt und als Kundenberater und Etatdirektor die Philip Morris-Marken Marlboro, Chesterfield und Merit in der Schweiz betreut; parallel dazu 1996 Promotion an der Universität Siegen im Fach Kommunikationswissenschaft bei Professor Dr. Siegfried J. Schmidt, Thema der Diss.: die Situation des Werbewirtschaftssystems in Deutschland (vielleicht der Auslöser für obige Träumerei bzw. für die Entwicklung des best case-Szenarios); ins Board von Leo Burnett berufen und als Managing Director Verantwortung für die Entwicklung von Leo Burnett Starship, der damaligen New Media-Tochter von Leo Burnett, übernommen; 1997 Ernennung zum Leiter des European Center of Competence „New Media" der Leo Burnett-Agenturen in Europa; 1999 Wechsel als Geschäftsführer zu Wunderman in Frankfurt, damaliger Marktführer Direktmarketing; 2001 Ernennung zum General Manager.

Mitte 2002 wollte ich dann entschleunigen und nahm eine wichtige persönliche Weichenstellung vor. Ich entschied, mich verstärkt wieder auf die schöpferische, konzeptionelle und wissenschaftliche Arbeit zu konzentrieren und verließ Wunderman. Professor Dr. Reinhold Viehoff, Direktor des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Halle ermöglichte es mir, dass ich mich als externer Habilitand auf die Entwicklung eines neuen Markenmanagement-Modells, den Brand Management Navigator, konzentrieren konnte. Gleichzeitig hatte ich einen Lehrauftrag an der Universität Münster. Im Februar 2004 war es geschafft und die Habilitation vollzogen. Im Nachhinein betrachtet, war dies sicherlich mit der wichtigste Impuls für meinen Glauben an best case-Szenarios und an die Relevanz der Träume.

Parallel zu meinen Arbeiten an der Habilitation gründete ich ComEquity, eine Unternehmensberatung im Segment Marketing und Marketing-Kommunikation. Auch freue ich mich, dass ich dem Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA als wissenschaftlicher Berater zur Seite stehen kann und so stets am Puls der aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen der Praxis bin.

Bevor ich den Ruf zum WS 2004/2005 nach Pforzheim erhalten habe, war ich nach meiner Habilitation als Privatdozent an der Universität Halle tätig. Meine Arbeitsschwerpunkte sind Marketingkommunikation und Markenmanagement, Integrierte Unternehmenskommunikation, Kommunikations- und Kognitionstheorie sowie Medienwirkungsforschung.

Enden möchte ich mit einem Zitat aus dem Traum, den jüngst Henning Mankell in der ZEIT (10/2005: 70) träumte: „Was passiert, wenn die Menschen weiterhin den gesunden Menschenverstand ignorieren? Wie lange werden wir auf dem Zweig sitzen können, den wir mit allen Mitteln abzusägen versuchen?" Für Marketing und Kommunikation erscheint mir die Antwort einfach: Auf die Wiederentdeckung des Vertrauens vertrauen!

Aus Spaß am Lernen

Dr. Kirsten Wüst lehrt Statistik und Wirtschaftsmathematik

„Was ist ein Professor?
Ein auf der Hochschule Sitzengebliebener."

Klingt etwas zu negativ. Und doch finde ich mich in diesem Studentenwitz wieder. Hochschulen haben immer eine große Anziehungskraft auf mich ausgeübt. Es hat mich in meinem Lebenslauf als Studierende, Mitarbeiterin oder Dozentin an verschiedene Schulformen und Hochschulen gezogen und ich freue mich, schließlich an der Hochschule Pforzheim meinen Arbeitsplatz gefunden zu haben.

Studium in Stuttgart

Nach dem Abitur habe ich zunächst ein Studium an der Berufsakademie in Stuttgart im Fach „Technische Informatik" begonnen. Für meinen Geschmack war das aber etwas zu verschult. Daher habe ich das BA-Studium nach der ersten von zwei Stufen nach 2 Jahren mit dem Ingenieurassistentenabschluss beendet, um ein Studium an der Universität Stuttgart zu beginnen. Hier habe ich parallel Mathematik als Diplomstudiengang und Mathematik und Französisch als Lehramtsstudiengang studiert. Meine Diplomarbeit habe ich in der nichtparametrischen Statistik verfasst. Mit einem Stipendium des Graduiertenkollegs „Parallele und Verteilte Systeme" habe ich anschließend ein Promotionsstudium absolviert. Zur gleichen Zeit habe ich zusätzlich noch ein Aufbaustudium „Wirtschaft" an der Fernuniversität Hagen aufgenommen. Begonnen habe ich dieses hauptsächlich wegen meinem Interesse Neues zu lernen. Es sollte mir aber während meiner weiteren beruflichen Tätigkeit und auch für die Lehre an der Hochschule noch sehr nützlich werden. Während meines gesamten Studiums habe ich als Tutor Übungen in verschiedenen Veranstaltungen gehalten.

Banking in Karlsruhe

Die Idee Fachhochschulprofessor zu werden, kam damals schon in mir auf. Es erschien mir als gute Gelegenheit, die notwendige Berufserfahrung zu sammeln und mir gleichzeitig über meine Ziele klarer zu werden. Während meiner Promotionszeit wurde nach dem Nobelpreis an Black und Scholes die Optionspreistheorie für Vorlesungen „modern", die auch ich sehr interessant fand. Gleichzeitig entstand bei Banken ein Bedarf an Mathematikern, da Bankenkrisen, die durch eigenmächtig entscheidende Händler entstanden waren, den Ruf nach einer Kontrolle des Bankhandels laut werden ließen. So bewarb ich mich nach meiner Promotion um eine Stelle im Risikocontrolling und fand diese bei der L-Bank in Karlsruhe. Der vergleichsweise hohe Anteil an Mathematik, den ich für meine Arbeit brauchte, hat die Stelle sehr interessant für mich gemacht. Neben der täglichen Überwachung der Zinsänderungsrisiken der Bank gehörte auch die Bewertung neuer Finanzinstrumente und die Einführung eines Kreditrisikomodells zu meinen Aufgaben. Einmal in Karlsruhe fand ich dann den Weg zurück zur Berufsakademie, wo ich zwei Jahre lang nebenberuflich bei angehenden Bankbetriebswirten Ökonometrie unterrichtete.

Statistik in Pforzheim und Heidelberg

„Wiederholung der Geschichte" oder Zufall: auch jetzt wechselte ich nach 2 Jahren von der Berufsakademie an eine andere Hochschulform. Zum Wintersemester 2001/2002 bekam ich einen Lehrauftrag für Statistik an der Hochschule Pforzheim, den ich neben meiner Arbeit in der L-Bank ausübte. Im Jahr 2002 zog es mich auch hauptberuflich wieder zurück an die Universität: als wissenschaftliche Mitarbeiterin des Instituts für Medizinische Biometrie und Informatik der Universität Heidelberg. Die mathematische Forschung mit der konkreten medizinischen Anwendung war sehr reizvoll. Gleichzeitig konnte ich dort mit wieder einer ganz anderen Art von Studenten – nämlich Medizinern – Erfahrung in der Lehre sammeln.

Familienleben und Freizeit

Das Jahr 2004 hat mich dann reich beschenkt. Im Mai 2004 wurde ich auf eine halbe Professur für Statistik und Wirtschaftsmathematik an die Hochschule Pforzheim berufen. Am 22. Juni wurde unsere Tochter Ann-Sophie geboren. Damit gingen gleich zwei lang gehegte Wünsche in Erfüllung. Mit Hilfe meines Mannes lassen sich Kind und Hochschule gut vereinbaren und ich genieße beides sehr. Wenn etwas freie Zeit übrig bleibt, gehe ich gerne joggen oder schwimmen und interessiere mich für Literatur.

Mir macht es Spaß zu lernen und Lernstoffe aufzuarbeiten. Bei der Vorbereitung einer Vorlesung und dem Bemühen, den Stoff für andere verständlich zu machen, lernt man selbst noch so viel dazu. Insofern freue ich mich „sitzen geblieben" zu sein und selbst noch dazulernen zu dürfen. Diesen Spaß am Lernen an die Studenten weiterzugeben, wünsche ich mir.

Kreative und intellektuelle Auseinandersetzung mit Schmuck

Johanna Dahm geht weiter

von Christine Lüdecke

Für mich ist Pforzheim – und ist Schmuck – eng mit Johanna Dahm verknüpft. Meine Beziehung dazu ist stark von ihr geprägt – und ich denke, es geht vielen so, die das Glück hatten, sie in der Hochschule in den letzten 16 Jahren kennen zu dürfen.

Ich habe sie dreimal kennen gelernt.

Das erste Mal habe ich sie fast förmlich ausgesucht. Anstatt selber für die Swissair Namensschilder und Pilotenauszeichnungen zu gestalten, dachte ich, ein Wettbewerb mit unterschiedlichen Gestaltern – von der Grafik zum Schmuck – wäre viel spannender für die Sache, und habe diverse Leute eingeladen. Relativ neu in Zürich, noch nicht so bewandert in der Schmuckwelt, bin ich über einen Kollegen zu Johanna gekommen. Ihr Konzept überzeugte (wie konnte es anders sein) und durch die Umsetzung lernte ich ihre sorgfältige und einfühlsame Art als Gestalterin zu respektieren und sie als Freundin zu schätzen. Ihre Schmuckarbeiten fand ich spannend, clever und poetisch – sie öffneten mir eine neue Welt.

Das zweite Mal lernte ich sie als international anerkannte Schmuckkünstlerin kennen. Als Antoinette Ricklin mit ihrer Englischübersetzerin für ihr 1999 maßgebendes Buch über Schmuckkunst in der Schweiz „Schmuckzeichen Schweiz 20. Jahrhundert“ nicht weiter kam, schlug Johanna mich der Antoinette vor. Bei diesem Projekt entdeckte ich, wie wichtig Johannas Arbeit – nicht nur in der Schweiz – sondern in der Entwicklung des modernen Schmucks in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist. Im Rahmen der Bandbreite der international wichtigen Arbeiten, die in den 70er/80er Jahren bahnbrechend für neue Bedeutungen von Schmuck waren, sticht Johannas Neugier, künstlerische Kreativität und intellektuelle Auseinandersetzung mit „Schmuck“ und Körper eindeutig heraus. Einen künstlerischen Prozess, der immer weiter geht, immer neue Ansätze, Materialien, Formen annimmt – ein Prozess, der so inhärent zur Person Johanna Dahm gehört, dass er weiter gehen muss.

Die Gestalterin in ihrem Element: Beim Ashanti-Workshop im Tessin.

Das dritte Mal lernte ich sie als Professorin kennen. Eine, die durch ihre Art, ihre Ansprüche und ihren Einsatz maßgebend den Studiengang Schmuck und Gerät prägte. Die Auseinandersetzung, die sie mit sich selbst führt, pflegte sie mit den Studierenden und förderte so den künstlerischen und intellektuellen Anspruch, der so wichtig ist für die erwiesene Qualität unserer Absolventen. Ihr lag am Herz, ihnen die Welt zu öffnen – den Zugang durch Museenbesuche, Städtereisen und internationale Gastdozenten und Galleristen zu bewirken. Ihre eigene Liebe und Recherche zum afrikanischen Ashantigießen teilte sie jeden Frühling mit 20 Studierenden im Tessin, 10 Tage, in denen 24 Stunden miteinander gearbeitet, gelebt, gestaltet, gegossen wurde – eine Zeit, die das Schmuckmachen auf eine sehr menschliche und Ur-ebene brachte und eine ungemeine Zugehörigkeit unter den Studierenden schweißte. Berühmt, beliebt, dieses „Ashanti“ stellte für manche Studierenden einen wichtigen Wendepunkt dar.

Und eine Metapher für Johanna Dahm. Manchmal unbequem, immer leidenschaftlich, ihr Lachen plötzlich

aufschwellend im Gang – wenn man wollte, konnte sie das Beste in einem entdecken, fordern und animieren, es im eigenen Sinne weiter zu entwickeln.

Und jetzt geht sie.

Obwohl es mir leid tut – egoistisch gesehen – für die Studierenden, für unsere Kollegen, für mich, – ist es gut so – sie muss gehen, ihrer Schmuckkunst nachgehen, die Energie, die sie so großzügig und vorbehaltlos den Studierenden gab, wieder in ihre eigene Entwicklung stecken.

Ich gönne ihr das aus vollem Herzen. Und ich werde sie vermissen. Die Kollegin, die Professorin geht, aber die Freundin, die Künstlerin bleibt uns erhalten.

ein Alphabet für Johanna:

von **A**shanti bis **Z**ürich
Ashanti
Berühmt
Charisma
Danke
Erfolgreich
Fantasie
Gestaltung
Humorvoll
International
Juwel
Kompetent
Lachend
Mystisch
Niederlande
Optimistisch
Poesie
Qualität
Reflexion
Sensibel
Tessin
Unkonventionell
Verblüffend
Willensstark
e**X**travagant
s**Y**mpatisch
Zürich

Judith Höfel (Diplom 2003)

Johanna Dahm bei der Werkschau.

„Johanna Dahm hat bei der Entwicklung meiner (künstlerischen) Identität eine tragende Rolle gespielt. Ich bin ein wenig exzentrisch, mein Schmuck ist es erst recht, aber Johanna ist nie zurückgeschreckt, hat nie versucht meine Ideen, Konzepte, Stücke in Richtung Anpassung, Tragbarkeit, sog. "schmückenden Schmuck" zurecht zu stutzen. Ganz im Gegenteil. Sie ließ sich tiefer als jede/r andere Dozent/in, Lehrer/in Professor/in auf meine Art zu arbeiten ein und half mir so, immer weiter meinen Weg zu finden, nicht auf halber Strecke stehen zu bleiben."

Katinka Kaskeline (Diplom 2000)

„Johanna – eine Schatzfinderin"
Ute Eitzenhöfer (Diplom 1996)

Außergewöhnliche Begabung und Weitsicht

Zur Verabschiedung von Professor Uwe Lohrer

Vor 25 Jahren kam der Stuttgarter Grafik-Designer nach Pforzheim. Und gestaltete den Studiengang Visuelle Kommunikation. Seit diesem Frühjahr ist Professor Uwe Lohrer im Ruhestand. Und wir müssen den Versuch machen, ohne ihn auszukommen.

Das ist nicht einfach, das ist eine ernste Herausforderung für die Zurückgebliebenen. Denn die Lücke an fachlicher Kompetenz und Lehrerfahrung ist, wenn überhaupt, so schnell nicht zu schließen.

Noch weniger kann die Persönlichkeit ersetzt werden. Die gab über die Jahre den guten Ton an im Studiengang und die war Hauptverursacher eines einzigartigen Klimas. Einzigartig, weil in ihm zweierlei gleichermaßen wuchs: Eine kooperative, freundschaftliche Arbeitsatmosphäre, die ausnahmslos alle einschloss: Lehrende, Mitarbeiter und Studierende. Und eine Produktivität, die den Leistungsstand und die Arbeitsergebnisse auf eine Höhe treiben half, die den Studiengang zu den angesehensten in der Republik gemacht hat.

Für Uwe Lohrer war das eine erst in der Folge des anderen möglich. An einem anderen als freundlichen Ort, so sein Credo, würde der Geist nicht wohnen wollen. Und er nicht arbeiten.

Uwe Lohrer ist ein Glücksfall für die Pforzheimer Gestalterschule gewesen. Er brachte eine außergewöhnliche Begabung und eine gute Ausbildung mit: Bei den Professoren Eugen Funk und Kurt Weidemann an der Akademie in Stuttgart und aus den Agenturen Albert Hollenstein in Paris und Jean-Marie Chourgnoz in Lyon.

Als er nach Pforzheim kam, verfügte er bereits über nationale und internationale Erfahrung und eine große Reputation. Seinen Namen als herausragender Gestalter hat er sich vor allem mit Design-Konzeptionen für Ausstellungen und Museen gemacht. Unter anderem für die Präsentationen der Bundesrepublik in Moskau, Tokio und Tsukuba und für das Land Baden-Württemberg.

Neben Corporate Design und Buchgestaltung waren Plakate ein weiterer, wesentlicher Arbeitsschwerpunkt. Sie wurden ihres außergewöhnlichen Stellenwertes wegen auf mehreren Plakatbiennalen in Polen und Finnland und auf der Triennale in Japan, zuletzt im Jahre 2003, gezeigt und haben einen bleibenden Platz unter anderem im Museum of Modern Art in New York und im Deutschen Plakatmuseum in Essen.

Gute Wünsche für den neuen Lebensabschnitt: Hajo Sommer und Uwe Lohrer.

Für die Studierenden war der Professor gestrenger Lehrer und einfühlsamer Moderator zugleich. Er konnte Augen öffnen. Für das, was es für die Studierenden zu sehen und zu lernen gab. Aber auch für das, was es für einen jeden an eigener Sicht und Kreativität zu entdecken und zu entwickeln galt.

Der Studiengang hat ihm ganz besonders zu danken für die frühzeitige und entschlossene Aufnahme der Digitalen Medien in die Lehre und in die Praxis der Ausbildung. Das ist um so bemerkenswerter, als Uwe Lohrer vom Jahrgang und von beruflicher Sozialisation und Praxis entschieden dem linearen Zeitalter zuzurechnen ist. Dass die Visuelle Kommunikation dennoch seit Jahren über ein gut eingerichtetes, perfekt funktionierendes Labor mit herausragende Medien-Ingenieuren verfügt, ist wesentlich die Folge seiner Weitsicht und Initiative. Das VK-Labor gilt in Fachkreisen außerhalb der Hochschule als mustergültig. Und es wirkt seit Jahren als Innovations- und Kompetenzzentrum ein auf die ganze Hochschule.

Ebenso weitsichtig war seine Initiative zur Einrichtung des Studienschwerpunktes Ausstellungsdesign. Dem wachsenden Bedarf der Ausstellungs- und Eventkultur folgen eben erst einige Gestalterhochschulen mit der Einrichtung entsprechender Lehrangebote. Unter veränderten Vorzeichen wird deshalb der Studiengang Visuelle Kommunikation in Pforzheim die Kommunikation im Raum jetzt als Ausbildungsschwerpunkt fest im Fächerkanon verankern.

Der Nachlass von Uwe Lohrer für die Gestalterausbildung ist von höchster Qualität und ist wohl geordnet übergeben. Dafür haben viele Generationen Studierende zu danken. Aber auch die Hochschule, namentlich die Fakultät Gestaltung, für deren guten Ruf und Rang er sich verdient gemacht hat.

Jetzt liegt es an seinen Kollegen – und an der Weitsicht der Hochschuladministration – etwas Gutes, keinesfalls aber Schlechteres daraus zu machen.

Professor Hajo Sommer

Polyglott und polychron

Verabschiedung von Frau Professorin Dr. Hiltrud Schober

Mit dem Ablauf des Sommersemesters 2004 ist Frau Prof. Dr. Hiltrud Schober nach 34 Jahren Lehrtätigkeit zunächst ab 1970 an der Höheren Wirtschaftsfachschule und dann ab 1974 als Professorin an der FHW Pforzheim in den Ruhestand verabschiedet worden, nachdem sie bereits im Jahre 2000 ihr 40-jähriges Dienstjubiläum feiern konnte.

Ihrer Berufung nach Pforzheim vorausgegangen waren Studium und Promotion in Anglistik und Romanistik in Würzburg, Lyon und Manchester sowie Unterrichtstätigkeiten in Würzburg, Bad Brückenau, Möckmühl und Heilbronn.

Frau Dr. Schober war die erste und lange Jahre die einzige Professorin an der Hochschule Pforzheim, die bis weit in die 90er Jahre hinein von zahlenmäßiger männlicher Dominanz geprägt war. Die seinerzeitige FHW hatte früh die Notwendigkeit der sprachlichen Ausbildung der angehenden Betriebswirte im Zeitalter von Internationalisierung und Globalisierung erkannt. Frau Dr. Schober hat in den 70er Jahren mit den Grundstein der fachbereichsübergreifenden Sprachausbildung an der Hochschule gelegt und damit seit 1980 auch die Entwicklung des neuen Studiengangs Betriebswirtschaft/Fremdsprachen (heute „International Business“) ermöglicht und befördert, indem sie Vorlesungen auf englisch, spanisch und französisch gehalten und den sie zeitweise geleitet hat, ebenso wie das Institut für Fremdsprachen.

Frau Dr. Schober hat sich von Anfang an stark für die Entwicklung und Aufrechterhaltung der Beziehungen zwischen Studiengang und Studierenden bzw. Absolventinnen und Absolventen eingesetzt. So geht die mittlerweile über 600 Adressen umfassende Datei der Alumni des Studiengangs International Business auf ihre Initiative zurück. Dies machte auch das erste Treffen von ca. 200 Alumni des Studiengangs im Jahre 2001 möglich, das sie erfolgreich organisierte.

Hiltrud Schober unterwegs zum deutsch-französischen Forum auf dem Straßburger Markt.

Bei einer internen Feier des Studiengangs International Business wurde auch die Bedeutung ihrer polyglotten Zungenfertigkeit und der polychronen Pflege der menschlichen Beziehungen durch Frau Dr. Schober in einem sonst eher monochronen betriebswirtschaftlichen Kontext gewürdigt. Der Studiengang International Business ist mit ihrer Pensionierung wieder auf den Stand der rein männlichen Professorenschaft zurückgefallen und um die feminine und philologische Komponente beraubt, die diesem Studium ein wenig „triviale“ (im Sinne des klassischen Triviums) Buntheit verlieh.

Trotz glücklicherweise bewältigter gesundheitlicher Probleme hat sich Frau Dr. Schober nie geschont und bleibt dem Studiengang International Business glücklicherweise auch weiterhin als Lehrbeauftragte v. a. in den spanisch-sprachigen Vorlesungen erhalten. Auch die Alumni-Aktivitäten werden weiterhin von ihr koordiniert.

Professor Tim Voß

Statt einer Laudatio

Aus dem Leben von Professor Alf Steinhuber

Ein Interview von Ingrid Loschek

Lieber Alf,

(Lo): Seit 1986 lehrtest Du an der Hochschule für Gestaltung Pforzheim; was waren Deine größten Anliegen in der Ausbildung?

St: Die Anbindung an die Industrie, d.h. Erwartungen und Träume der Designer mit den Anforderungen der Industrie aufeinander abzustimmen.

(Lo): Die Liste der Firmen, die Du für Hochschulprojekte begeistern konntest, lesen sich wie ein Who is Who der Modebranche.

St: Das ist richtig. Bereits 1988/89 gelang es, die französische Modedesignfirma Marithé und François Girbaud für die Konzeption von studentischen Kollektionsgruppen zu begeistern. Weitere Zusammenarbeit gab es mit Kathleen Madden, Daimler-Crysler, Heine Versand, Waschbär, BASF, etc. Dabei kam es immer wieder auch zu fachübergreifenden Projekten mit Transportation- und Produkt Design.

(Lo): Was sind für Dich die Hauptkriterien eines guten Modedesigns?

St: Bekleidung ist ein wesentliches Mittel zur Selbstdarstellung, sei es zur Darstellung der eigenen Persönlichkeit oder jener eines Unternehmens. Corporate fashion zu entwickeln, war oft eine der interessantesten Herausforderungen, denn CF ist mehr als eine Berufbekleidung, es geht dabei um den Wiedererkennungswert und gleichzeitig um das Wohlfühlen des Trägers bzw. der Trägerin. CF soll darüber hinaus schick, individuell, bequem und haltbar sein.

(Lo): Obwohl Du sehr engagiert für ökologisch einwandfreie Naturtextilien eintrittst, siehst Du die Zukunft auch in High-Tech-Materialien. Für Dich sind beide kein Widerspruch.

St: Beide können umweltschädlich bzw. -verträglich hergestellt werden. Dies ist mehr eine ökonomische bzw. politische Entscheidung. Ich denke im Design sind Faktoren, wofür welche Materialien eingesetzt werden, ausschlaggebend. Der textile Trend für die Zukunft sind intelligente Stoffe: Fasern mit winzigen Paraffinkügelchen, die Temperatur und Feuchtigkeit des Körpers regeln, rutsch- und reißfest, reflektierend und über unsichtbare Drähte Daten leiten: „Im Zweifelsfall können Sie Ihr Büro am Leib tragen“.

(Lo): Du hast viel für die Modekonfektion sowie anfangs für große Modehäuser in Paris gearbeitet. Was waren Deine wichtigsten beruflichen Stationen?

St: Nach dem Studium am Institut für Modeschaffen in Frankfurt und der Meisterprüfung in der Damenschneiderei (Anm.: Alfons Steinhuber war mit 21 Jahren der jüngste Meister im Damenschneiderhandwerk) ging ich 1965 nach Paris, wurde Assistent von Jean Patou und ein Jahr später von Yves Saint Laurent. Die Kreativität von Monsieur Saint Laurent und die Methodik des Modellierens waren für mich wichtige Erfahrungen. Aufregend natürlich die Kontakte mit berühmten Persönlichkeiten bei den Anproben. Wesentlich wirkte ich am Aufbau seiner Linie Konfektion Rive Gauche mit.

In Deutschland war sicher die Tätigkeit im Range eines Geschäftführers für die Unternehmensgruppe Louis London und später für Gin Tonic sowie der Aufbau des deutschen Marktes für Girbaud bedeutend. Die Möglichkeit, nicht nur für Design verantwortlich zu sein, sondern alle Belange eines großen Unternehmens mitzubestimmen, waren besonders herausfordernd.

(Lo): Eine Zeitung überschrieb einen Bericht über Dich einmal treffend mit „Ein kaufmännischer Createur“. Gibt es jemanden, den Du im Laufe Deiner Karriere sehr bewundert hast?

St: Ja immer noch meinen Freund François Girbaud, seine professionelle Arbeitsweise, Ausdauer, Kreativität bis heute. (Anm.: Marithé & François Girbaud gründeten 1967 ihr Unternehmen für Luxuskonfektion in Paris.)

(Lo): Wie sah eine normale Arbeitswoche bei Dir als einem der engagiertesten Hochschul-Professoren aus?

St: Neben dem „normalen“ Unterricht war es mir immer sehr wichtig, interdisziplinäre Projekte zu starten und zu leiten. Meistens über mehrere Studiengänge und unter Mitbetreuung der zuständigen Kollegen. Projekte auch mit großen Firmen und das bedeutet natürlich viel Einsatz, Verträge gestalten, Finanzierungen sichern, Sponsoren akquirieren und so weiter.... , denn daraus lernen die Studenten Wesentliches für ihren Werdegang.

(Lo): Eine starke Persönlichkeit brauchte starke Partner. Was sagen Deine vier Frauen (Ehefrau und 3 Töchter) zu Deinem Ruhestand, von dem anzunehmen ist, dass Du weniger freie Zeit haben wirst als je zuvor.

St: Meine Frau meinte einmal zu mir „jeder hat das, was er verdient!“

(Lo:) Offensichtlich verdienst Du vier Frauen, eine nicht ganz billige Angelegenheit.

St: ... darum gehe ich nicht in Ruhestand, sondern beginne eine neue Dekade mit einer Textil-Agentur.

(Lo): Was ist Deine Lieblingsbeschäftigung?

St: Die Fahrt nach Auroville in Südostindien, wo ich seit mehr als 20 Jahren zwei Firmen betreue, ökologische und soziale Projekte: Der schönste Weg in die Zukunft führt von Chennai aus die Küstenstraße entlang knapp drei Stunden nach Süden. Links Palmen und Meer, rechts Felder, Lagunen und Reiher, zwischendrin Dörfer mit vielstöckigen Tempeltürmen und vielsilbigen Namen. Dann: Willkommen in Auroville, der „Stadt der Morgenröte“, einem Dorado für alternative Technik, experimentelle Architektur und angewandte Spiritualität.

(Anm.: 1968 wurde das internationale Gemeinschaftsprojekt mit tamilischen Familien in rund 80 Siedlungen zur ökologisch vertretbaren Herstellung von Textilien, Kleidung und Lederwaren ins Leben gerufen. 2004 wurde Prof. Alf Steinhuber vom zuständigen Minister in Auroville dafür geehrt.)

(Lo): Was wünscht Du den Lehrenden wie auch den Studierenden am meisten für die Zukunft?

St: Verstärkung der Kooperation mit Industrieunternehmen, Gründung von selbstständigen fachbereichsnahen Entwicklungszentren in Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen unter Wahrung der Selbstständigkeit. …. Gestalter sind Dienstleister und Ideengeber, sie sind Bedarfsbefriediger und Bedarfswecker. Beides setzt Forschen, Experimentieren und überzeugende Konzepte voraus.

(Lo:)Herzlichen Dank für diesen Einblick in Deinen Werdegang verbunden mit der Bitte, ab und zu Deinen Rat in Anspruch nehmen zu dürfen.

Lieber Alf,

Deine Kollegen sowie Kolleginnen und ich wünschen Dir alles Gute für die Zukunft, noch viel berufliches Engagement, Zeit für Deine Familie und ein wenig Zeit für Dich selbst

herzlichst

Professorin Dr. Ingrid Loschek

Ingrid Loschek überreicht ihrem Kollegen Alf Steinhuber ein Maßband mit den historischen Epochen der Mode. *Foto: Claudia Gerstenmaier*

Die Hochschule in herausragender Weise mitgestaltet

Laudatio zur Verabschiedung von Professor Dr. Uli Wagner

Zum Abschied ein Dankespräsent: Uli Wagner und Helmut Wienert
Foto: Claudia Gerstenmaier

Meine Damen und Herren, heute verabschieden wir zweifellos ein „Urgestein“ dieser Hochschule: den Kollegen Uli Wagner. Er begann seine Tätigkeit als Professor für Volkswirtschaftslehre in dem Jahr, in dem aus der ehemaligen Höheren Wirtschaftsfachschule die Hochschule für Wirtschaft hervorging. Den meisten von uns ist die Jahreszahl zumindest aus eigener Erinnerung nicht präsent; es war 1971 – die jüngsten heutigen Professoren waren da noch nicht einmal geboren. Das übliche Maß akademischer Weglängen sind Semester, was die Distanz noch eindrucksvoller macht: Uli Wagner lebt nun schon 69 Semester lang für, mit und von der Hochschule Pforzheim und hat ihren Entwicklungsweg in herausragender Weise mitgestaltet.

1940 im westsächsischen Crimmitschau geboren und noch vor dem Bau der Mauer nach Westdeutschland übergesiedelt, hat er seine akademischen Wurzeln in Marburg, wo er 1963 ein Diplom in Volkswirtschaftslehre erhielt. Von 1965 bis 1971 war er wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für „Theorie und Politik der Wirtschaftsordnungen“ von Professor Dr. Paul Hensel und zugleich Mitarbeiter der berühmten Hensel’schen „Forschungsstelle zum Vergleich wirtschaftlicher Lenkungssysteme“. Im Zuge dieser Tätigkeit wurde er 1967 mit einer Arbeit über „Interessenkonflikte zwischen politischer Führung und Betriebsleitungen in sowjetischen Zentralverwaltungswirtschaften“ zum Doktor rer. pol., also zum Doktor der Staatswissenschaften, promoviert. Für seine Dissertation erhielt er den Preis der Industrie- und Handelskammer Kassel für die beste Arbeit im Bereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften.

Die Ausbildung bei Hensel hat Uli Wagner nachhaltig geprägt, sein ganzes wissenschaftliches Leben hat er sich mit Fragen des Systemvergleichs und der Ordnungsökonomik beschäftigt. Er hat den Kontakt zu den Ordnungsökonomen nie verloren und arbeitet bis heute eng mit ihren prominentesten Vertretern zusammen. Das zeigt schon die Auswahl der wissenschaftlichen Vereinigungen, in denen er Mitglied ist:

- Im 1872 gegründeten „Verein für Socialpolitik“, dem bedeutendsten Zusammenschluss der deutschen Ökonomen, ist er Mitglied des Ausschuss für Wirtschaftssysteme und Institutionenökonomik,
- bei der Friedrich August von Hayek-Gesellschaft ist er dabei,
- beim jährlichen Forschungsseminar zum Vergleich von Wirtschafts- und Gesellschaftssystemen im abgeschiedenen Radein in Südtirol wirkt er regelmäßig mit
- und natürlich auch in der Marburger Gesellschaft für Ordnungsfragen der Wirtschaft.

In dieser Kombination muss man das Ganze wohl ein Forschungsnetzwerk nennen, und insbesondere seine Radeiner Aktivität ist eine Grundkonstante seiner kontinuierlichen fachlichen Weiterbildung. Drei der Radeiner Seminare hat er geleitet.

Der ordnungsökonomische Ansatz von Paul Hensel zum Vergleich von Wirtschaftssystemen führt uns direkt zu einer weiteren Aktivität, die Uli Wagner über Jahrzehnte verfolgte, und deren Erfolge für immer mit seinem Namen verbunden bleiben werden: der Kooperation mit der Ökonomischen Fakultät der Universität Osijek in Kroatien.

In den sechziger und frühen siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts, als der „real existierende Sozialismus“ noch als Herausforderung erschien, war die Arbeiterselbstverwaltung des damaligen Jugoslawien ein beliebtes Studienobjekt für einen „dritten Weg“ zwischen Kapitalismus und Kommunismus, so dass es nicht verwundert, dass auch die Forschungsstelle zum Vergleich wirtschaftlicher Lenkungssysteme sich intensiv mit diesem Thema befasste. Uli Wagner erlernte Serbokroatisch und veröffentlichte auch noch nach Aufnahme seiner Lehrtätigkeit in Pforzheim regelmäßig Artikel zur Arbeiterselbstverwaltung.

Bei diesen Studien hatte er seit Ende der 60er Jahre gute Kontakte zur Universität in Zagreb aufgebaut und darüber Professor Karpati kennen gelernt, der an der Universität Osijek Marketing lehrte. Daraus entwickelte sich eine nachhaltige Kooperation, die in den jährlich abwechselnd in Osijek und Pforzheim stattfindenden wissenschaftlichen Symposien ihren deutlichsten Ausdruck findet. In diesem Jahr wird das 26. Symposium stattfinden – eine solch lange Tradition ergibt sich nur, wenn Menschen

sich für eine solche Sache aus ganzem Herzen engagieren. Das ist bei Uli Wagner, der seit 1978 Beauftragter der Hochschule für die Beziehungen mit der Ökonomischen Fakultät der Universität Osijek ist, zweifellos der Fall. Unermüdlich hat er Pforzheimer und Osijeker Kollegen ermuntert, sich mit eigenen Beiträgen an den Symposien zu beteiligen. Genau so unermüdlich hat er sich um attraktive Begleitprogramme gekümmert. Zumindest bei jüngeren Kollegen legendär ist seine Fähigkeit, die früher vor allem in Osijek gelegentlich recht hochprozentigen Freundschaftsbekundungen ohne Schäden zu überstehen und in feste persönliche Beziehungen zu verwandeln.

Seine Funktion als Beauftragter der Hochschule für die Beziehungen mit der Universität Osijek ist nur ein Beispiel für seine Bereitschaft, sich in und für die Hochschule zu engagieren.

- Kollege Wagner hat Leitungsaufgaben bei den Volkswirten ausgeübt,
- er diente der Hochschule Ende der 1980er Jahre zwei Jahre lang als Prorektor,
- vor allem aber ist er „Mister Prüfungsamt“, denn von 1972 bis heute leitete er - von einigen Unterbrechungen abgesehen - das Zentrale Prüfungsamt für die Bereiche Technik und Wirtschaft unserer Hochschule.

Unzählige Prüfungsordnungsentwürfe, -beschlüsse und Änderungen der Beschlüsse sind über seinen Schreibtisch gegangen und mit stets wachem, kritischem Blick auf unklare Formulierungen, logische Widersprüche und auf fehlende Fußnoten zur Art der Prüfungsleistungszusammenfassung seziert worden. Im Laufe der Jahre hat sich dabei ein Detailwissen akkumuliert, das schwer zu ersetzen sein wird, und möglicherweise auch erst dann richtig geschätzt werden wird, wenn es eben nicht mehr vorhanden ist.

Ignoranz gegenüber nicht „wasserdichten“ Formulierungen hat er nicht selten erlebt und sich gelegentlich auch einen Spaß daraus gemacht. Wenn zum Beispiel im Senat Beschlüsse ohne aus seiner Sicht hinreichende Einschaltung des Prüfungsamts bis zur Beschlussfassung vorangetrieben worden waren, wartete er die Abstimmung ab und meldete sich dann mit stoischer Ruhe und der Frage, ob sich der hohe Senat in all seiner Weisheit denn bewusst sei, dass er soeben einen Beschluss gefasst habe, der unvereinbar mit Paragraph soundso der gegenwärtig geltenden Prüfungsordnung sei, und falls ja, was er denn zu tun gedenke, um diesen Widerspruch aufzulösen. Nach hinreichendem Auskosten der so ausgelösten Verblüffung schob er aber immer auch hilfreiche Vorschläge nach.

Mit der Leitung des Prüfungsamtes sind naturgemäß auch wenig angenehme Gespräche verbunden, wenn Studierende die geforderten Leistungen nicht erbringen. Kollege Wagner hat in der so genannten „Härtefallberatung“ über die Jahre mit einer Vielzahl von Studenten intensive Gespräche geführt, in denen er häufig auch mit schweren menschlichen Schicksalen konfrontiert worden ist. Er hat sich dabei - soweit es von der Studienerfolgsprognose her vertretbar erschien - immer um Lösungen bemüht, die vielen jungen Menschen trotz zunächst aussichtslos erscheinender Lage wieder eine Erfolgsperspektive eröffneten.

Die erwähnten Unterbrechungen in der Leitung des Prüfungsamtes vor 1995 waren zum Teil dem Glücksfall „Deutsche Einheit“ geschuldet. Nach dem Zusammenbruch der DDR ging es unter anderem darum, die ideologisch geprägte Hochschullandschaft Ostdeutschlands wissenschaftlich auszurichten. Gerade für die vom doktrinären Marxismus dominierten ökonomischen Fakultäten der DDR-Hochschulen lief das vielfach auf Abwicklung und völligen Neuanfang hinaus. Da fachlich hinreichend qualifizierte Kräfte vor Ort Mangelware waren, war Hilfe aus dem Westen beim Neuaufbau des Hochschulwesens unerlässlich. Uli Wagner hat sich dabei in seiner früheren sächsischen Heimat vorbildlich engagiert.

Von April 1992 bis Mai 1994 war er Gründungsdekan des Fachbereichs Wirtschaft an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur in Leipzig. Er hat mit dem ihm eigenen geballten Fachwissen auf diesem Gebiet maßgeblich mitgeholfen, die Gründungssatzungen, Geschäfts- und Prüfungsordnungen zu erarbeitet und zudem die Besetzung von rund 20 Professuren umsichtig in die Wege geleitet. Sein persönlicher Beitrag zum „Aufbau Ost“ hat in Leipzig dauerhafte Spuren hinterlassen, und Kollege Wagners Rat ist in dort immer noch gefragt, im Sommersemester 2005 hat er als Mitglied der Berufungskommission wieder mitgeholfen, eine Leipziger Professur zu besetzen.

Die starke Einbindung in administrative Aufgaben der Hochschule hat die schriftstellerischen Ambitionen von Kollege Wagner nicht verkümmern lassen; er hat vielmehr eine eindrucksvolle Liste von wissenschaftlichen Publikationen vorzuweisen. Sein Forschungsschwerpunkt lag dabei zunächst auf dem Vergleich der Wirtschaftssysteme in Ost und West. Nach dem Zusammenbruch des Kommunismus schien zunächst sein Forschungsfeld verschwunden, aber mit den Transformationsproblemen taten sich neue ordnungsökonomische Fragen auf. In den letzten Jahren befasste er sich vor allem mit der Ordnung oder besser gesagt der Unordnung der deutschen Arbeitsmärkte.

In seinen Publikationen pflegt er einen dezidiert allgemeinverständlichen Stil und scheut sich auch nicht vor drastischen Formulierungen. Es sei eine Pervertierung des Tariflohngedankens, schrieb er beispielsweise 1994 zu den in Ostdeutschland getroffenen Lohnvereinbarungen, wenn man Tariflöhne vereinbart, die zu hoch sind, und dann weiter festlegt, dass Unternehmen, die diese Löhne nicht zahlen können, als ‚Härtefälle’ – der Vorsitz im Prüfungsamt klingt hier wohl ungewollt durch - niedrigere ‚Überlebenslöhne’ beantragen dürfen.

Zum Schluss sei mir gestattet, noch ein paar Sätze zum Menschen Uli Wagner zu sagen. Als Freizeitseg-

ler hat er so manche Küstenklippe umschifft; legendär auch seine Kopfballkünste bei den akademischen Fußballsportlern und ein schier unerschöpfliches Reservoir an vor allem politischen Witzen. Uli kommt manchmal bärbeißig-sarkastisch daher und wird wegen der Schärfe seiner Debattenbeiträge oder Fragen je nach Lage gefürchtet oder bewundert. Hinter der Lust am intellektuellen Wortgefecht versteckt sich aber ein Mensch mit großem Verständnis für andere. Er liebt das Leben, genießt Essen und Trinken der heimischen Küche, nimmt für kulinarische und kulturelle Genüsse aber auch gerne Reisen in Kauf, soweit es sein – wie er immer betont – „mickriges" Gehalt zulässt. Um den Einschnitt auf diesem Gebiet durch die Pensionierung nicht zu groß werden zu lassen, haben die Damen des Prüfungsamtes gemeinsam mit den Mitarbeitern und Kollegen des Fachbereichs 7 in klassische Genussscheine investiert, die ich gleich übergeben darf.

Lieber Uli, Dir und deiner Frau Ortrud alles Gute im neuen Lebensabschnitt. Viel Gesundheit, Lebensfreude und Schaffenskraft und weiterhin enge Verbindungen zur Hochschule, deren Weg Du entscheidend mitgestaltet hast.

Professor Dr. Helmut Wienert

Rückblick auf eine lange Dienstzeit

Abschiedsworte des Geehrten

Sehr geehrter Herr Rektor, liebe Kolleginnen und Kollegen,

zunächst Dir, lieber Helmut, ganz herzlichen Dank für diese Laudatio. Auf eine solche Lobrede zu reagieren gibt es im Prinzip zwei Möglichkeiten:

Erstens: Man gibt sich bescheiden und sagt: „Nirgendwo wird so viel gelogen wie bei Verabschiedungen und an offenen Gräbern."

Zweitens: Man reagiert wie der frühere Rektor Rupert Huth auf die Reden, die zu seiner Verabschiedung gehalten wurden: „Ich habe das alles genossen, weil ich wusste: alles entspricht der Wahrheit."

Ich wähle eine dritte Variante: „Der Lobredner hat stark untertrieben. Ich fürchte allerdings, dass er meinte zu übertreiben."

Seit 1. April 1971 bin ich an unserer Hochschule. Damals fanden die Vorlesungen an 5 Orten statt:

- Goldschmiedeschule
- Baracke im Gesellschen Park
- Kunst- und Werkschule
- Gewerkschaftshaus an der Enz
- Herz-Jesu-Kirche.

Noch viele Jahre nach dem Umzug in die Tiefenbronner Straße hatte ich nachts immer den gleichen Alptraum: Ich habe entweder den Hörsaal nicht gefunden oder es in der Pause nicht geschafft, von einem Gebäude zum anderen zu kommen.

Eine Episode aus dem Sommer 1975 möchte ich erzählen, weil sie die damalige deutsch-deutsche Situation veranschaulicht: 1958, unmittelbar nach meinem Abitur, war ich republikflüchtig geworden und im Sommer 1975 habe ich es das erste Mal gewagt, wieder zu meinen Verwandten in meine sächsische Heimat zu fahren. Diese Reise musste damals beim Ministerium angemeldet werden. Ich wurde deshalb zu unserem damaligen Verwaltungsleiter, Herrn Bührer, bestellt und musste in seinem Beisein ein umfangreiches Schriftstück lesen und anschließend unterschreiben. Darin musste ich mich u.a. verpflichten, in der DDR nicht ins Bordell zu gehen, weil ich sonst erpressbar würde.

Für die meisten Kollegen bin ich das Prüfungsamt. Wie bin ich in das Prüfungsamt geraten? In meinem dritten Semester kam ein Kollege auf mich zu, von dem ich damals noch nicht wusste, dass er die graue Eminenz war und immer bleiben würde: Bodo Runzheimer. Bodo Runzheimer wollte auch nie Rektor werden, da es ihm reichte zu steuern, wer unter ihm Rektor wurde. Also: Bodo Runzheimer eröffnete mir: „Herr Wagner, Sie gehen ins Prüfungsamt." Als ich fragte, wer denn das bestimmt habe, hat er sofort gemerkt, dass ich die Strukturen noch nicht durchschaute und nachgeschoben: der Direktor, Professor Eichholz, will das. Also wurde ich Prüfungsamt.

Erst war Herr Fischle Leiter des Prüfungsamtes. Der hat sich dann durch Krankheit das Amt vom Hals geschafft. Die Leitung übernahm dann Herr Gnauck, der aber nur ganz kurze Zeit benötigte, um sich ebenfalls wegen Krankheit von der Prüfungsamtsleitung zu verabschieden.

Dann hing das ganze an mir. Da wir aber mittlerweile vier Kollegen, später sogar fünf, im Prüfungsamt waren, konnte man das Amt jeweils nach einem Jahr weiterreichen. Als ich das erste Mal Leiter des Prüfungsamtes war, war meine Frau wegen meiner daraus resultierenden Nervosität sehr besorgt. Das Prüfungsamt hatte damals nur eine Mitarbeiterin. Das war mit einem Viertel ihrer Stelle Frau Vogeley.

Als ich dann später zum zweiten Mal Prüfungsamtsleiter wurde, war meine Frau ganz überrascht, weil ich nicht mehr so nervös war. Das war der Tatsache zu verdanken, dass das Prüfungsamt eine volle Mitarbeiterstelle bekommen hatte und insbesondere, dass diese Stelle Frau Mittmann übernommen hatte, die mit ihrem Einsatz, Organisationstalent und ihrem Durchblick den Prüfungsamtsleiter nahezu überflüssig machte.

Nach und nach schieden dann zuerst Herr Heintze, dann Herr Reisch und schließlich Herr Meyer aus dem Prüfungsamt aus und nur Herr Döring und ich blieben übrig. Bis zur Pensionierung von Herrn Döring im Jahr 1995 waren wir zwei dann die „Halbleiter“ des Prüfungsamtes. Anschließend gab es dann nur noch mich als Prüfungsamtsleiter.

Aber ich hatte mittlerweile fünf vorzügliche und sehr zuverlässige Mitarbeiterinnen: Frau Merkle, Frau Grimm, Frau Böhmler, Frau Tscheu und Frau Schwerdtfeger. Zudem gestaltete sich die Zusammenarbeit mit Herrn Schwarz, dem Leiter der studentischen Abteilung, sehr konstruktiv und angenehm.

Ihnen allen habe ich zu verdanken, dass ich im Gegensatz zu den Kollegen Fischle und Gnauck weder das Amt des Prüfungsamtsleiters vorzeitig aufgeben, noch in den Vorruhestand gehen musste. Vielen Dank für Ihre Arbeit und das - trotz des Dauerstresses, dem Sie ausgesetzt sind - gute Betriebsklima im Prüfungsamt. Ich wünsche Ihnen, dass Sie von den Studenten und den Kollegen in Zukunft etwas seltener als Blitzableiter missbraucht werden.

Meiner Nachfolgerin in diesem Amt, Frau Kollegin Schmidtmeier, wünsche ich, dass sie es genauso wie ich ertragen kann, dass die Studenten die Prüfungsordnung fast genauso schlecht kennen wie die Kollegen. Ich hoffe insbesondere, dass Frau Schmidtmeier all diejenigen enttäuschen wird, die mit meinem Weggang die Hoffnung verbinden, mit der Prüfungsordnung dann genauso umgehen zu können wie mit dem Vorlesungsplan: nämlich sie zum zufälligen Ausgangspunkt individueller Gestaltungen zu machen.

Ja, da gab es auch noch den Zentralen Prüfungsausschuss. Nur ein Story aus dessen Entscheidungspraxis möchte ich erzählen:

Ein Student beantragte beim ZPA die Genehmigung eines Härtefalles, also einer zweiten Wiederholung einer Prüfungsleistung. Er begründete den Härteantrag damit, dass seine Verlobte, eine Tschechin, in der Vorbereitungszeit auf die Prüfungen bei einem Verkehrsunfall in Prag ums Leben gekommen sei. Ich sagte diesem Studenten in der Härtefallberatung, dass er sich überlegen müsse, wie er das glaubhaft machen kann. Einige Tage später rief mich sein Vater an und bat mich, auf Glaubhaftmachungen zu verzichten. Es sei nämlich so schwierig von den spanischen Behörden irgendwelche Unterlagen zu bekommen. Die Verlobte seines Sohnes sei ja eine Spanierin, die in Madrid einen tödlichen Verkehrsunfall hatte. Als ich ihm sagte, dass im Antrag seines Sohnes stehe, dass seine tschechische Verlobte in Prag umgekommen sei, war die Reaktion des Vaters: „Vergessen Sie das Ganze, ich hätte mich mit meinem Sohn besser absprechen müssen.“

Volkswirtschafts-Professor war ich aber auch noch. Bevor ich Antwort auf die Frage gebe, welches die schönsten meiner 69 Semester waren, muss ich zum besseren Verständnis einen der Lieblingswitze des Kollegen Pflaum erzählen: Ein diamantener Hochzeiter, also seit 60 Jahren Verheirateter, wurde von der örtlichen Presse gefragt, welches denn seine schönsten Ehejahre waren. Nach einigem Nachdenken antwortete er: „Wenn ich es mir recht überlege und wenn ich ganz ehrlich sein soll: die 7 Jahre in russischer Kriegsgefangenschaft.“

Also, welches waren meine schönsten Semester? Antwort: die vier Semester als Gründungsdekan in Leipzig.

Aber - und damit kann ich das ganze wieder ins Positive wenden - das hatte ich auch vielen Pforzheimer Kollegen zu verdanken, die mich dabei als Mitglieder der Berufungskommissionen und Jürgen Neumann sogar als Mitglied des Gründungsfakultätsrates tatkräftig unterstützt haben.

18 Professorenstellen, die oft bis zu drei Mal ausgeschrieben wurden, konnten mit Hilfe Pforzheimer Professorenmehrheiten in den Berufungskommissionen vernünftig besetzt werden.

Dafür allen Kollegen herzlichen Dank, die ohne Honorar und miese Unterkünfte in Kauf nehmend wiederholt nach Leipzig gekommen sind und sich teilweise sogar sonntags Probevorlesungen angehört haben. Wenn wir dann schließlich abends beim Bier zusammen saßen, mussten wir auch noch OR-Aufgaben lösen, die uns Wolfgang Schäfer „zur Unterhaltung“ gestellt hatte.

Aber in Pforzheim war es so schlecht auch nicht. Insbesondere deshalb, weil der frühere Fachbereich Volkswirtschaft der harmonischste aller Fachbereiche war, wahrscheinlich weil er der am besten besetzte war und ist. Alle Fachbereichsleiter und deren Stellvertreter wurden in geheimer Wahl jeweils einstimmig gewählt.

Auch die Zwangsadoption der Personaler und die Eingemeindung der Wirtschaftsinformatiker haben dieser Harmonie nichts anhaben können. Einer der Gründe für diese Harmonie und gute Zusammenarbeit der Volkswirte war und ist, dass wir mit Frau Stücke die Idealbesetzung eines Sekretariats bekommen hatten. Man kann Frau Stücke um alles bitten und bekommt immer die gleiche Reaktion zu hören: „das mach ich doch.“ Und sie macht es dann auch, und zwar sehr gut.

Alles in allem gehe ich also mit einem lachenden und mit einem weinenden Auge in den Ruhestand. Ab 1. September bin ich, so steht das schon auf dem Ausweis vom Landesamt für Besoldung und Versorgung „Versorgungsempfänger“. Ich hoffe, dass ich diesen Ausweis noch recht oft benutzen kann, um ermäßigten Eintritt im Gottlieb-Daimler-Stadion zu bekommen.

Da sich auf Ihren Pupillen schon die Umrisse des Buffets abzeichnen, nur noch ein letzter Satz: Unserer Hochschule wünsche ich, dass sie die jetzt einzuführenden neuen Strukturen genauso unbeschadet verkraftet wie alle bisherigen als Innovationen gepriesenen Reformen, die allesamt keinen Einfluss auf die Qualität der Lehrveranstaltungen hatten.

Professor Dr. Uli Wagner

Schwarzwälder Bote - Kreis Calw, Nagold, 05. Oktober 2004

Rektor hat offenes Ohr für Studenten

Die Hochschule Pforzheim begrüßt 700 neue Studierende / Beginn mit Kneipentour und Infoveranstaltung

Pforzheim. Politisch, gesellschaftskritisch und mit viel Humor hielt der Rektor der Hochschule Pforzheim, Professor Dr. Ralph Schiewebe, gestern morgen die 700, an der Hochschule Interessierte «Neueinsteigerinnen, Studienanfänger» willkommen.

Mit jungen Menschen begonnen mit dem Studium an der Hochschule in Pforzheim. Foto: Hochschule

Leonberger Kreiszeitung, 08. Oktober 2004

Die Zeichen der Zeit früh erkannt

Fachhochschule ehrt Lothar Späth mit dem Preis „Hochschule und Wirtschaft"

PFORZHEIM – Der ehemalige Ministerpräsident von Baden-Württemberg, Lothar Späth, ist erster Träger des neu geschaffenen Preises „Hochschule und Wirtschaft" der Fachhochschule Pforzheim.

Von Norbert Krämer

„Wir als Unternehmen profitieren von dieser Hochschule", lobpreiste Siegfried Weiner, Inhaber der Pforzheimer Kunststoffwarenfirma „La Rose Noire" und lichtete das mit 10 000 Euro dotierte Preisgeld vor der Übergabe an. Mittlerweile hatte Späth bereits in seiner Ansprache die Zeichen für einen neuen Programmsatz zwischen Hochschulen und Wirtschaft erkannt zu haben. Dieser sagte, es sei unabweisbar, dass die Hochschulen mittlerweile auf die Wirtschaft zugingen und so eindeutig den jungen Menschen neue Chancen eröffneten.

Lothar Späth habe einst diesen Prozess in Gang gebracht, als Forschungsrevolution gepriesen, konstatierte Professor Rupert Roth, früherer Rektor der Fachhochschule Pforzheim. Denn es habe auch Zeiten gegeben, in denen der Kontakt und die Zusammenarbeit mit der Praxis aus der Sicht der Hochschulen negativ gesehen wurde.

Aus Sicht von Roth ist dies eine „unselige Kluft" gewesen. Um diese zu überbrücken, bedürfe es heute mehr denn je einer Persönlichkeit, wie sie auch Pforzheim in seiner Geschichte immer wieder hervorgebracht habe. Lothar Späth habe eine solche nicht nur gewesen, sondern gelebt. Roth sprach da aus eigener Erfahrung und Anschauung aus seiner Zeit als Rektor der Pforzheimer Hochschule (1978 bis 1998) wie auch als Vizepräsident und späterer Vorsitzender der Landesrektorenkonferenz.

Vielmehr prädestiniert für den Preis „Hochschule und Wirtschaft" sei Späth kaum durch seine zweite Karriere in Management der Wirtschaft. Wenn man diese beiden Pfeiler der Biografie vereinigte, entstehe das Bild einer Persönlichkeit, die für das Thema „Hochschule und Wirtschaft" geschaffen ist". Zumal er immerhin durch die Bundesländer wichtige Produkt- und Prozessinnovationen von der Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Wirtschaft gefördert wurden.

Dieser diesen Konzept „Kooperation von Gleichberechtigten" gewesen, zieht auch mit der gestrenge Rektor der Pforzheimer Hochschule, Ralph Schweitzer, „Wir geben nicht bekannt, sondern nehmen, denn wir haben ja etwas zu bieten." Kooperationen seien angesagt, um nachhaltig weltweit gefragte Forschungsschwerpunkte aufzubauen. Die erste Aufgabe sei, als moderner Preis der Wissenschaft zu führen und den Intensivanwendungsbezug auf eine interdisziplinäre Schwerpunkte ist überzeugt, dass „wir so innovativen Ansätzen folgen des Wandels von Berufsbildern entsprechen".

Ein Preis für das Bemühen, Wirtschaft und Hochschulen einander näher zu bringen

Der Rektor der Pforzheimer Fachhochschule, Ralph Schweitzer (l.), sein Vorgänger Rupert Roth (2. v. l.) sowie Stifter Siegfried Weiner (r.) gratulieren Lothar Späth (r.) zu dem mit 10 000 Euro dotierten Preis, der zum ersten Mal vergeben wurde. Foto: Norbert Krämer

Form, 04/2005

Personalien (Auszug)

Michael Mauer (42), bisheriger Chef-Designer von Saab und Advanced Concept Center von GM Europe, tritt spätestens am 1. November seinen neuen Job bei Porsche an. Als Nachfolger von Harm Lagaay, der nach 15 Jahren bei Porsche in den Ruhestand ging, übernimmt er die Leitung der Design-Abteilung in Weissach. Nach einem Studium an der Fachhochschule Pforzheim erhielt Mauer eine Anstellung bei Mercedes-Benz. 2000 wechselte der Automobil-Designer von der MMC Smart GmbH zu Saab nach Schweden. Zusätzlich ist er seit 2003 für das Advanced Design bei General Motors Europe verantwortlich.

***Michael Mauer** (42), hitherto Head of Design at Saab and the Advanced Concept Center of GM Europe will take up his new position at Porsche by November 1. As successor to Harm Lagaay, who is retiring after 15 years at Porsche, he will take over the running of the design department in Weissach. After graduating from the University of Applied Sciences in Pforzheim, Mauer was hired by Mercedes-Benz. Following a period at MMC Smart GmbH in 2000 the car designer moved to Sweden to work for Saab. Since 2003 he has also been responsible for Advanced Design at General Motors Europe.*

Pforzheimer Kurier, 25. Oktober 2004

Frage nach konkreten Zukunftschancen ist wichtiger geworden

Pforzheimer Kurier, 04. November 2004

Herzklopfen vibriert um den goldenen Kubus

Begehbare Installation „GOLD" von Hagen Gamisch in der Galerie zum Hof

Foto: Becker

Südwest Presse, 06. November 2004

NACHFOLGE / Fachhochschule Pforzheim schult die Übernehmergeneration

Vorbereitung für den Tag X

MBA-Studium auf Mittelstand zugeschnitten – Viel Praxis und viel Theorie

Die Ausgangslage ist eindeutig. In Baden-Württemberg werden bis zum Jahr 2007 rund 60 000 mittelständische Betriebe übergeben. Viele davon schneiden, als es die derzeitigen Unternehmer dann glauben und hoffen. Deshalb sollte man sich sorgfältig darauf vorbereiten.

Gottlieb Gaiser bestreitet die Werbung für die Fachhochschule Pforzheim und ihr MBA-Aufbaustudium einmaligen Studiengang Unternehmensnachfolge.

Samstags-Thema

Badisches Tagblatt, 20. November 2004

Versuchsballon der Modewelt

Die Zeit, 02. Dezember 2004

Ausgerechnet Pforzheim

Ob extravaganter Sportcoupé oder vernünftige Familienkutsche – wie die Autos von morgen aussehen, bestimmen Designer aus Schwaben

Pforzheimer Kurier, 22. Januar 2005

„Kluge Köpfe, die ihr gesamtes Leben einbringen"

Erstmals werden beim Neujahrsempfang der Hochschule Pforzheim 22 Studenten für herausragende Leistungen geehrt

Badische Neueste Nachrichten, 11. Februar 2005

DER AUTOMOBILCLUB KONTAKT diskutiert nachts/schaut an diese sportliche Fahrzeugkonstruktion des in Pforzheim studierenden Koreaners Chung-Woo Kim. Foto: Becker

Ein Silberpfeil für den Fahrspaß am Wochenende

Nachwuchsdesigner aus Pforzheim präsentieren neue Ideen

Pforzheim. „Die Welt lebt nicht nur für Kompaktklasse", weiß Professor James Rolfe, der an der Hochschule in Pforzheim seit vielen Jahren Transportation Design lehrt. Deshalb hat er wieder seinen Studenten im Wintersemester eine weitere Idee für Aufgabe gestellt, ein Auto zu entwerfen, das mehr als 100 000 Euro kostet.

Dieses teure Auto soll interessante Kundenkreise, die nicht das erforderliche Kleingeld haben, ansprechen, ergänzt er sich mit Patrick Pfaffenbach. Kleinkommunale mit einem flexiblen Fahrzeugkonzept in den Blick und gegenüberliegenden Raumgleichnissen soviel Lust an den Seiten.

Wenigen ungewöhnlich und stehe von vielen an den Wettbewerb und wünsche Studienarbeiten vorgelegt. Schon seit Philipp Reimers ist der schnelle Geschmack, das VW Golf [illegible]. Originalität zur Seite stand den Jahre Designer als Albert Lechte von VW, der den jetzigen Golf 5 entwerfen hat. Weil der Wunsch bei gleicher Leistungsstruktur kleiner wird, hat die Mitarbeit verantwortlich an die Studierenden verwiesen. Die Passagiere der kleinen Seite einen guten [illegible].

Carlos „Gonzalo" zeigt den Wagen unserer „Concept 07" gegen mehr Ausblicke an den guten alten VW Käfer. „Man kann von dem nicht viel übertreiben, aber auch können ist schon wichtig", kommentiert der leidenschaftliche Professor Lucio Dignano Männern und wenigstens Grill-Fleisch.

„Passiert vom jugendlichen Silberpfeil ist der 28-jährige Südkoreaner Chung-Woo Kim, und er ist das zweite Mal im Mercedes-Museum gewesen hat. Um ihn es unsere Leute zu verwenden, hat der mit Studienkollegen in Pforzheim bisherige Student ein [illegible] verschiedenen Fahrzeug geschaffen. „Nicht für den Weltmarkt", sie Kim erklärt, „sondern für Leute, die an Wochenende mit einem Wagen gern mal ein paar Runden auf der Rennstrecke drehen wollen." Seine Diplomarbeitsbetreuer an der [illegible] Uni nennt er gespannt. Chungwoo Kim, studiere der Fahrzeugbau.

„Verkaufen Welt. Während sich Studienabsolventen aus Autos unserer gutes alten Stammmarken anstrengen, verbinden deutsche Studenten ihren Autos die abenteuerlichen Dinge und Dinge Reichen sich. So geschehen bei Chung-Woo. „Unserem Fahrzeug bei 0-Kette". Es handelt sich um ein Projekt-Gemeinschaft und Basis der [illegible] Ingenieure von den Studenten Dreiten [illegible] sind in sich verschiedene Grundlagen des Design eines Autos. „Es es muss auf den Straßen harmonisch [illegible]" Mike Rachel

Pforzheimer Zeitung, 15. Februar 2005

Olympiade statt „Null Bock“

Marketing-Studenten entwickeln Konzept im Rahmen der Gewalt-Präventionsarbeit für Kinth- und Sechstklässler

Eine Vorabolympiade schlagen Studenten der Pforzheimer Hochschule im Rahmen der Gewalt-Präventionsarbeit vor – jetzt turnelten sie mit Pokal, Sportbeutel und Medaillen und begeistert.

Leonberger Kreiszeitung, 23. Februar 2005

Ideen und ganzheitlicher Ansatz bestechen

Milka-Fallstudie bringt Pforzheimer Studenten einen Preis in Höhe von 13 000 Euro

Pforzheimer Zeitung, 26. Februar 2005

Werkeln am Werbespruch

Möglichst einprägsame Slogans der Gemeinschaftsaktion mit Hochschule erwünscht – Gewinner-Text wird fürs Kino verfilmt

PFORZHEIM. Die von der PZ unterstützte Aktion der Werbeagentur an der Hochschule geht in die dritte Runde. Diesmal dürfen auch PZ-Leser einen Slogan fürs Stadttheater ausdenken, der treffend sind und im Kino läuft.

Von PZ-Mitarbeiterin
Michael Weller

Was bedeutet Ihnen das Pforzheimer Theater? Was verbinden Sie damit? Was fällt Ihnen ein, wenn sie das Stadttheater hören? All diese und fragen, die die Leser der „Pforzheimer Zeitung" dazu anregen können, sich ein kurzes, knackiges Motto für die Aktion Drei Spielzeiten Ihres Stadttheaters. Wer den originellsten Slogan liefert, bekommen als Gewinn ein Theaterabo und noch Wohl Eine Findigerin bekommt von Bürgermeister Michael Gruppe sowie PZ- und PZ-Vertretern, wird den Preis überreicht. Der Gewinnerin darf dann als Motto werden Werbung bei in einigen Kinowerbespots des „Cinexpress" und „Box" im Vorprogramm. „Das sollte eigentlich noch Spaß machen, unterhaltend", sagt Uwe Dürrmann, Direktor des PZ-Zeitungsverlags Wirtschaftsjungenbetriebsvereins und Leiter der Aktion.

Sie werben fürs Werben: Kit-Assistentin Bianca Hilger, Kit-Professoren Alfred Schäfer und Christian Gräbert, Theater-Werbeleiterin Tanja Hermann, Intendant Uwe Dürrmann, Theater-Pressefrau Ulrike Haas-Lutton und Theater-Verwaltungschef Uwe Dürrigen (von links). FOTO: MEYER

Kreativität gefragt

Bisher haben die Studenten meist einen Spot um eine soziale Institution gedreht. Doch nachdem zweimal gleiche Schulen und Kindergarten gegeneinander um die originellste Idee konkurriert haben, haben Dürrmann und seine Professoren-Kollegen Christian Gräbert und Alfred Schäfer den Modus geändert. Diesmal können die PZ-Leser mit und dabei dem Kreativen die Arbeit Leid nehmen. „Das ist natürlich eine interessante Zusammenarbeit mit einer uns und der Hochschule", sagt Theater-Verwaltungschef Uwe Dürrigen. Das passt ebenfalls hervorragend zu den Plänen, künftig wieder über gemeinsame Projekte mit der PZ zu machen, ergänzt Hochschulrat Tanja Hermann. Der Film selbst in jedem Fall auch auf der Internet-Homepage des Theaters laufen. „Für Kinder und für" heißt der derzeitige Slogan. Das Stadttheater wirbt private mit Bandenwälder und will als Gegenleistung von Jung bis Alt ansprechen.

Hintergrund der Aktion: Vorstand und das Studium an so, wie wichtig Sponsor im Bereich Wirtschaftsingenieurwesen ein Projekt aus einem der beiden. Folgendes „Interessantestes" solange" oder „Modern" zu realisieren. Im Bereich „Medien" ist es Hauptziel, die Studenten in die Lage zu versetzen, ein multimediales Projekt eigenständig planen und praktisch umsetzen zu können. Bei einem Großteil der Projektideen geht es darum, Werbe- oder Imagefilme zu drehen.

Die Filme werden gemeinsam mit dem in Pforzheim Gestaltung gedreht, im Studio einmal pro Semester im Rahmen des „Kit-Kinofilms" im „Chrysler" Kino der Öffentlichkeit vorgestellt und dort auch prämiert.

Das interessante Filmdrehen, bei dem Drehbuch wurde rund 100 Zuschauer erwartet, ist am 11. April und wird erstmals vom Chrysterkino weiterhelfen. Drei werden auch die Gewinner verkündet, die sich das heiße Motto ausgedacht haben.

Regeln und Einsendeschluss

Mitmachen dürfen alle PZ-Leser, Einzelpersonen, aber auch Gruppen, Schulklassen und Vereine. Als Preis gibt es entweder ein Stadt-Abo (inklusive zehn Vorstellungen), für Schulklassen auch eine exklusive Theaterführung und ein Workshop. Das Motto sollte kurz, einprägsam, originell sein und möglichst viel Emotion Potenzial bergen, gleichzeitig charakteristisch für Ihre Empfindungen über das Stadttheater sein. Es kann aus mehreren Worten bestehen, sollte aber nicht länger als ein Satz sein. Einsendeschluss ist Montag, der 7. März. Alle Antworten bitte direkt an die Kit werden an die Hochschule für Gestaltung, Technik und Wirtschaft, Fachbereich 5, Wirtschaftsingenieurwesen, Bianca Hilger / Kennwort: Motto Stadttheater, Tiefenbronner Straße 65, 75175 Pforzheim oder per Fax an (07231) 28-6855 oder per E-Mail an **bianca.hilger@hs-pforzheim.de**. Ganz bestimmt werden Bianca Hilger (Telefon 07231) 28661 gern unter

Uhren Juwelen Schmuck, 3/2005

Marktplatz Pforzheim

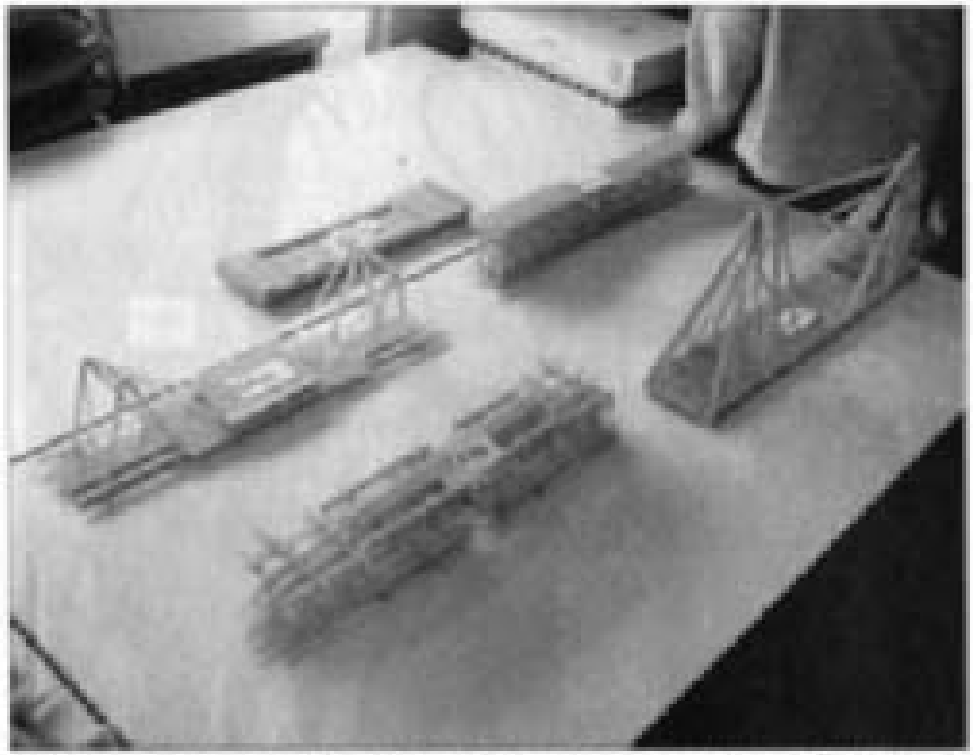
König sein für einen Tag

Pforzheimer Zeitung, 09. März 2005

Zum Lohn nach Silicon Valley

Pforzheimer Team der Hochschule Pforzheim setzt bei bundesweitem Wettbewerb – Auch in der Jury vertreten

Pforzheimer Kurier, 10. März 2005



ARCHITEKTONISCHE KONSTRUKTIONEN entstanden beim Studienbereichswettbewerb. Der Hauptpreis war aber nicht die Schönheit, sondern die Haltbarkeit der Makkaronibauten. Foto: pr

Brücken aus 50 Kilo Makkaroni

Hochschule schrieb interessanten Schülerwettbewerb aus

PK – Nudeln können Brücken sein. Der Studiengang Maschinenbau der Hochschule Pforzheim hatte den „1. Pforzheimer Nudelbrückenwettbewerb" ausgeschrieben, und zwar für Mittelstufenschüler von Schulen aus Pforzheim und dem Enzkreis. Die Resonanz war überwältigend: Mit 14 Schülerteams und Schülern in elf Tagen konnte der Wettbewerb starten.

„Wer vermutet hätte, dass in der ingenieurwissenschaftlichen Disziplin die Jungen besser als die Mädchen in den Teams abschnitten", so die betreuenden Professoren Norbert Just und Peter Collmann „mit sich gebracht. In einigen der reinen Mädchenteams waren die Ergebnisse deutlich besser als in den Jungenteams."

Das Konzept wurde im Rahmen des zwischen den Schulen und der Hochschule gerade laufenden Kooperationsprojektes „MAT-Working" (Naturwissenschaft und Technik für Schüler) von den Lehrern der teilnehmenden Schulen und einigen Professoren des Studiengangs Maschinenbau ausgearbeitet. Die Zusammenarbeit wird von der Bosch-Stiftung finanziert und hat neben diesem Wettbewerb noch viele weitere Kooperationsansätze. Vor der eigentlichen praktischen Arbeit in den Teams wurde den Schülerinnen und Schülern in Kursen eine weitere Vertiefung des notwendigen theoretischen Hintergrund vermittelt. Die Aufgabe bestand darin, eine Brücke mit maximal möglicher Tragfähigkeit zu bauen, wobei gewisse Vorgaben, zum Beispiel die Außenabmessungen und das maximale Eigengewicht, für eine ausgewogene Chancengleichheit sorgten. Das größte Handicap lag allerdings in dem Baustoff selbst begründet. Die Brücken sollten aus Makkaronistäbchen gebaut werden, für deren Verbindung nur ein handelsüblicher Alleskleber verwendet werden durfte. Der Pforzheimer Nudelhersteller Jeremias spendete mit 50 Kilo Nudeln den notwendigen Baustoff.

Die Ergebnisse wurden in einem gemeinsamen Wettbewerb vorgestellt. Mit Hilfe einer von den Brückenspezialisten der Hochschule eigens angefertigten Belastungs- und Messeinheit konnten die Tragfähigkeiten auf das Gramm genau ermittelt werden. Das Siegermodell hatte bei einem Eigengewicht von lediglich 180 Gramm eine Belastung von fast unglaublichen 17,8 Kilo aus. Aber auch die übrigen Modelle lagen größtenteils über der kaum vorgegebenen Marke von 10 Kilo.

Pforzheimer Zeitung, 15. März 2005

Erstsemester mit Professoren Gruppenbild im Innenhof des Campus der Hochschule an der Tiefenbronner Straße

Großbild stärkt Wir-Gefühl

Rund 500 Erstsemester treten die letzten Diplom-Studiengänge in Gestaltung und Ingenieurwissenschaften an

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07. März 2005

In der Höhle der Ökonomen

Der Enztäler, 19. März 2005

Kochen zwischen Handwerkern

Mensa der Fachhochschule: Im März 1985 das erste Essen über die Theke gereicht

Pforzheim (dbl). Zum 20. Geburtstag der FH-Mensa gab es gleich zwei gute Nachrichten: Der Umbau der Einrichtung und die Erweiterung der Hedigerstraße sind im Landeshaushalt für 2006 eingeplant.

Am 25. März 1985 war es soweit: Die FH Pforzheim bekam ihre erste eigene Mensa. Damals standen spezielle Hähnchenmenüs mit Kartoffelsalat und «Langschwein» zwischen Jäger Art» auf dem Speiseplan.

Die Einrichtung kommt bei den Studenten und den Bediensteten sehr gut an und so werden pro Tag rund 1000 Essen ausgegeben. Nun soll das schlanke Silhouettenpaar von Pforzheims 160 auf 240 Sitzplätze handlich erweitert werden, um den Besuchern mehr Platz für Kommunikation zu geben. Kosten soll der Vorhaben rund 2,7 Millionen Euro.

«Die Pläne dafür liegen bereits seit zwei Jahren in der Schublade», sagt Hartmut Igwe, Geschäftsführer des Studentenwerks Karlsruhe. «Das wird eine Operation am lebenden Körper, denn während des Umbaus muss der Mensabetrieb weiterlaufen.» Dauern sollen die Arbeiten knapp zwei Jahre.

Auch in Sachen Speisenplan bringt die Erweiterung einige positive Veränderungen mit sich. Künftig sollen 80 Kapazitäten auf bis zu 1400 Essen pro Tag ansteigen werden und es soll mehr Wahlmöglichkeiten geben. Neben Klassik an Theke soll mehr gefragt und auch den Trends zu Gerichten aus dem Wok oder mediterranen Speisen wolle man künftig vermehrt Rechnung tragen. Und auf Frage, ob Frauen weiß man an der FH eine Kollwitzsche Abteilung stärken.

In der Mensa der Fachhochschule lassen es sich nicht nur die Studenten gerne schmecken. Foto: Meyer

HINTERGRUND

(swk). Derzeit sind in der Mensa und Cafeteria 30 Mitarbeiter des Studentenwerks Karlsruhe beschäftigt.

Sie sorgen für das leibliche Wohl der rund 4000 Studenten der Fachhochschule Pforzheim.

Diese können zwischen einem vegetarischen und einem fleischhaltigen Vorschlagsmenü wählen oder sich ihr Wunschessen aus Komponenten zusammenstellen. Für nur 2,40 Euro ist ein Vorschlagsmenü bestehend aus Suppe, Hauptgericht, Beilage, Salat und Dessert erhältlich.

Aber auch Bedienstete und Gäste werden in den Pforzheimer Verpflegungseinrichtungen des Studentenwerks Karlsruhe versorgt. Pünktlich zu Beginn des heutigen Wintersemesters 1985 entstehen für die Studenten des Bereiches Gestaltung einzelne eigene Cafeteria mit Essensausgabe in der Hohgartenstraße.

Das Studentenwerk Karlsruhe betreut mehr als 14 000 Studenten der Karlsruher und Pforzheimer Hochschulen.

Es ist Ansprechpartner in allen Fragen rund ums Studium. Zu seinen Aufgaben gehören unter anderem das Betreiben der Mensen und Cafeterien an den Hochschulen in Karlsruhe und Pforzheim und die Vermittlung eigener Studentenwohnheime.

Außerdem ist das Studentenwerk für das BAföG zuständig, es betreibt mehrere Beratungsstellen und vermittelt Studenten Privatzimmer.

Pforzheimer Zeitung, 21. März 2005

Deutschland nicht aufgeben

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 25. April 2005

Apoldo zieht an

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 14. Mai 2005

Von Beruf Sohn mit Mastertitel

Die ersten Absolventen des Studiengangs Unternehmensnachfolge der FH Pforzheim / Von Alexia Angelopoulos

Stammhalter Kupferberg: Sohn Kai, Mutter und Vater Erpfinger

Inserenten

	Seite
MLP	**2**
Wellendorff	**15**
Stadtwerke Pforzheim	**27**
C. HAFNER	**43**
Goldstadtdruck GmbH	**53**
Laboratoire Bioesthétique	**69**
Dentaurum	**95**
Witzenmann GmbH	**195**
Ernst & Young	**196**

Impressum

KONTUREN
Zeitschrift der Hochschule Pforzheim

HERAUSGEBER:
Der Rektor der Hochschule

ADRESSE:
Hochschule Pforzheim
Tiefenbronner Str. 65
Tel. 07231/28-5
Fax 07231/28-6666

REDAKTION
Prof. Dr. Christa Wehner
christa.wehner@hs-pforzheim.de

Namensbeiträge stellen die Meinung der Autoren dar. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – bedarf der Zustimmung der Redaktion

ORGANISATION
Dagmar Staud
Christa Wehner

ANZEIGEN
Goldstadtdruck Pforzheim

SATZ UND GESTALTUNG
Franziska Körte
Dagmar Staud
Jürgen Stephan (Titelseite)

Korrekturen
Christa Wehner
Helmut Wienert

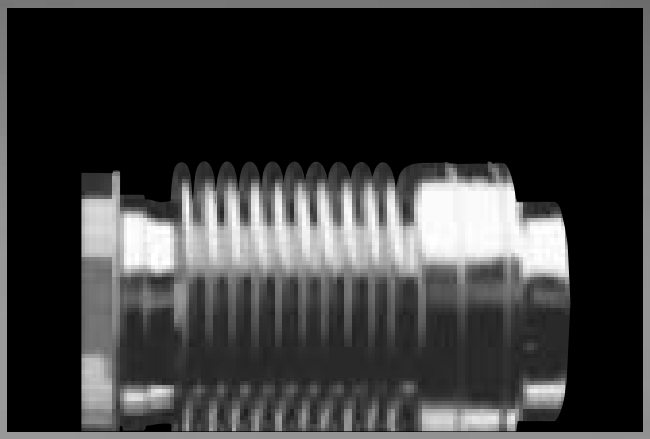
REPRO
Goldstadtdruck Pforzheim

DRUCK
Goldstadtdruck Pforzheim

AUSGABE 25
2005, 25. Jahrgang

AUFLAGE
3000 Exemplare

Diese Ausgabe wurde auf 100% Recyclingpapier ohne optische Aufheller gedruckt.



Gerade in der Natur gibt es viele Dinge, die kann man nicht verbessern. Dahinter stecken geniale Funktionsprinzipien und die Fähigkeit zur Anpassung – an ständig neue Herausforderungen. Genau diesen Anspruch verfolgen auch unsere Ingenieure. Sie entwickeln patente Lösungen für flexible Einsätze. Ob als Kompensatoren und Metallschläuche für die Chemie oder Industrie, oder als Entkoppelelemente, die mittlerweile in fast allen Automarken dieser Welt verbaut werden. Geniale Ideen für perfekte Lösungen – Naturtalente eben. Das hat uns zum Technologie- und Marktführer in Europa gemacht. Und wir wollen weiterwachsen.

www.witzenmann.de

NATURTALENTE

Witzenmann GmbH
Telefon +49-(0)7231-581 0
Telefax +49-(0)7231-581 802
Personalabteilung:
Telefon +49-(0)7231-581 220
e-mail wi@witzenmann.com

WITZENMANN
managing flexibility

www.morgenstern-kaes.net

Im Studium waren Sie eine/r der Besten. Als Absolvent können Sie sich jetzt dafür belohnen: mit einem Karrierestart bei Ernst & Young. Als Willkommenspaket für Sie und 699 weitere Hochschulabsolventen winken ein intensives Praxistraining, maßgeschneiderte Fortbildung und Aufstiegschancen, um die sie Ihre Kommilitonen beneiden werden. Es gibt viel zu tun, sehen Sie selbst: **www.de.ey.com/karriere**

700 Absolventen sehen bei uns rot.

www.de.ey.com/karriere

ERNST & YOUNG

Quality In Everything We Do